SERIE 1

haciendo microEMPRESA



¿ Cómo identificar oportunidades de negocio?



PROGRAMAS DE CAPACITACION EMPRESARIAL



Konrad -Adenauer- Stiftung



Manual de Contenidos
Serie 1 **Haciendo Microempresa**
CASI

SERIE 1 haciendo microEMPRESA

¿ CÓMO IDENTIFICAR OPORTUNIDADES DE NEGOCIO ?



CENTRO DE APOYO AL SECTOR INFORMAL

© **CASI**
Centro de Apoyo al Sector Informal
Jr. Juan Fanning 159, Miraflores. Lima-Perú / Teléfono: 447-3511
Telefax (5114) 447-5165 E-mail postmaster@casi.org.pe

Impreso por Editorial Gráfica FASA

Lima, Diciembre de 1996 - 1a. edición

Prohibida su reproducción parcial o total.

PRESENTACIÓN

"HACIENDO MICROEMPRESA" está constituida por diversas series de materiales didácticos que el CASI ofrece para facilitar los procesos de capacitación empresarial, orientados a generar y potenciar las capacidades del empresario a fin de optimizar la gestión de su microempresa.

Con la capacitación el CASI busca consolidar y desarrollar en el microempresario el manejo de conceptos, criterios y técnicas propios de la lógica empresarial moderna.

La capacitación se realiza a través de cursos-talleres que se preparan y organizan en función de las necesidades y condiciones específicas de los grupos a los cuales se dirigen.

Los cursos-talleres están orientados a lograr el aprendizaje de nuevos conocimientos que sirvan de manera concreta, es decir, que tengan VALOR DE USO para una gestión eficiente y competitiva de la microempresa en la situación actual.

El aprendizaje parte y se lleva a cabo mediante el intercambio de conocimientos teórico-prácticos entre los participantes e instructores. Cada participante desarrolla nuevas habilidades y destrezas en un proceso de "APRENDER HACIENDO", obteniendo así resultados concretos y de aplicación inmediata para la toma de decisiones en su empresa.

La metodología de capacitación empresarial que el CASI aplica en cada curso-taller garantiza la interlocución con los participantes para:

- Identificar los problemas específicos de gestión a resolver y los requerimientos de nuevos conocimientos sobre el tema del curso-taller.

- Desarrollar los conocimientos teóricos mediante el intercambio y socialización de conceptos, criterios y técnicas, así como para demostrar el manejo de los mismos.

– Aplicar los conocimientos teóricos adquiridos a través de la puesta en práctica y/o ejercitación de los conceptos, técnicas e instrumentos.

El material didáctico para cada curso-taller comprende :

EL MANUAL DE CONTENIDOS, instrumento que facilita la comprensión de los conocimientos y además documento de consulta para la práctica empresarial.

LA GUÍA DE PRÁCTICAS, instrumento que facilita y orienta el desarrollo y ejecución de las prácticas y ejercicios durante la capacitación.

LA GUÍA METODOLÓGICA, herramienta que facilita al instructor la conducción del proceso de capacitación y el cumplimiento de los objetivos de aprendizaje de los participantes.

MATERIAL AUDIOVISUAL Y GRÁFICO ESCRITO, elementos de apoyo que facilitan el desarrollo de los contenidos de la capacitación.

EL MANUAL DE CONTENIDOS que aquí presentamos contiene los objetivos y resultados que nos proponemos alcanzar, así como los contenidos que se desarrollan en el curso-taller "¿ CÓMO IDENTIFICAR OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS ?" perteneciente a la Serie 1.

La publicación de este material ha sido posible gracias al apoyo del DED - Servicio Alemán de Cooperación Social Técnica - a través del Convenio CASI / KAS.

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN		9
CAPÍTULO 1	**Dinámica empresarial**	13
	- La empresa	14
	. Definición	
	. Objetivos	
	. Ciclo de funcionamiento	
	. Etapas de la empresa	
CAPÍTULO 2	**Características del empresario**	23
	- Empresario	24
	- El rol del empresario en la empresa	25
	- Características	28
CAPÍTULO 3	**Evaluación y priorización de oportunidades de negocios**	33
	- Mapeo	36
	- Depuración	38
	- Análisis	39
	- Calificación e interpretación	44
	- Priorización	47
CAPÍTULO 4	**Los riesgos de emprender un negocio**	49
	- Situación de empleado a empresario	51
	- Autoevaluación	53
	- Influencia del entorno en el análisis de oportunidades	54
CAPÍTULO 5	**Glosario de términos**	65

INTRODUCCIÓN

El presente documento corresponde al Manual de Contenidos del curso **: ¿Cómo definir oportunidades de negocios?,** elaborado con la finalidad de orientar en la identificación, análisis y evaluación de posibles oportunidades de negocios mediante el desarrollo de un proceso metodológico.

Por las condiciones actuales, la población económicamente activa de nuestro país, cada vez más, requiere encontrar diferentes formas de generar sus ingresos.

A esta necesidad, se vinculan factores socio económicos como el aumento de las tasas de desempleo y subempleo, las políticas de reorganización administrativa del sector público y privado, la violencia política y la creciente migración, entre otros; que determinan la urgencia de identificación de alternativas.

La prolongada recesión económica afecta, sobre todo, integra a grupos poblacionales de desempleados y migrantes que constituyen un universo poblacional con demanda creciente de generación de ingresos.

La gran mayoría de este grupo poblacional ha identificado a la microempresa como una alternativa real para la generación de ingresos, que se encuentra al alcance de este sector.

Hoy en día la microempresa se ha convertido en la alternativa más importante para la generación de empleo y autoempleo por las siguientes razones :

> Está constituida por un segmento poblacional que ha demostrado capacidad para generar una alternativa de sobreviviencia y desarrollo, enfrentando creativamente la falta de políticas de empleo.

- La microempresa agrupa al sector productivo del país, siendo el rubro económico principal para sostener el nivel de ingresos de la población, generando empleo para el 72 % de la PEA (Población económicamente activa). Actualmente existen 3 millones de unidades económicas denominadas microempresas.

- Se inserta en el mercado y atiende principalmente la demanda a pequeña escala. Por lo tanto la continuidad y permanencia depende de su eficiencia.

- La permanencia en el mercado le exige adaptarse a nuevas demandas, a nuevas formas de producción o de articulación productiva, como la estrategia de subcontrata.

En nuestro país la mayoría de las microempresas de producción, de prestación de servicios y de comercio, se originan con el propósito de generar ingresos o mejorar los ingresos familiares.

La microempresa en el Perú es de carácter autogestionario y familiar, ya que surge por decisión del empresario y su familia, quienes son los principales proveedores de recursos para la empresa.

Esta característica ubica al empresario en múltiples funciones simultáneamente : dirige, administra y produce para la empresa. Sin embargo, es frecuente encontrar que no han desarrollado aún todas las habilidades necesarias, sobre todo, aquellas que están vinculadas a la dirección y administración.

Por la falta de recursos económicos o de información para acceder a nuevas tecnologías y las limitaciones del mercado, prioriza el uso de mano de obra sobre la inversión en nueva maquinaria.

Para que la actividad económica de producción, servicios o de comercialización tenga buenos resultados y logre los objetivos que las personas se proponen, es necesario que el empresario haga una evaluación de las posibilidades que tiene frente a las diversas situaciones que requiere enfrentar.

Por lo tanto necesita :

- ❒ Un método sencillo que le permita evaluar si la idea del negocio que tiene es viable, o no.
- ❒ Conocer la situación del mercado para el negocio que se propone implementar.
- ❒ Identificar el tipo de producto o de servicio de mayor preferencia en el mercado.
- ❒ Verificar las posibilidades de acceso a las fuentes de financiamiento para el tipo de producto o servicio.
- ❒ Informarse sobre el tipo de tecnología necesaria y las posibilidades de inversión.
- ❒ Consultar sobre las requisitos legales necesarios para lograr el funcionamiento.

Frente a esta situación, CASI ha elaborado el diseño de una propuesta metodológica de identificación, evaluación, clasificación y priorización de ideas de oportunidades de negocios. A partir de esta propuesta los participantes del proceso de capacitación, podrán tener diferentes ideas de negocios, que se evaluarán en función a una serie de criterios objetivos.

Este curso está dirigido a personas naturales, empresarios y equipos dedicados a la promoción de la microempresa.

Los contenidos del Manual están organizados en los siguientes capítulos :

CAPÍTULO 1	**IMPORTANCIA Y ELEMENTOS DE LA DINÁMICA EMPRESARIAL EN EL CONTEXTO DE LA MICROEMPRESA**
CAPÍTULO 2	**CARACTERÍSTICAS DEL EMPRESARIO**
CAPÍTULO 3	**EVALUACIÓN Y PRIORIZACIÓN DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS**
CAPÍTULO 4	**LOS RIESGOS DE EMPRENDER UN NEGOCIO**
CAPÍTULO 5	**GLOSARIO DE TÉRMINOS**

CAPÍTULO 1

ELEMENTOS DE LA DINÁMICA EMPRESARIAL

Con el desarrollo de este capítulo nos proponemos conocer e identificar los elementos que constituyen la dinámica de una empresa y las etapas de desarrollo de la misma.

LA EMPRESA

La empresa se define como una organización creada por una o varias personas para producir bienes o realizar la prestación de servicios; proveerlos a la sociedad y de esta manera lograr la generación de ingresos.

A partir de esta decisión, el empresario **organiza** los **recursos trabajo y capital, para** la **producción** de **bienes** o **para** la prestación de **servicios**, que, al ser vendido o colocado en el mercado, **satisfacen** las **necesidades** del **consumidor**, permitiendo obtener un beneficio a la persona o personas, que son propietarios de la empresa.

EJEMPLOS DE MICROEMPRESA :

TALLER DE REPARACIONES ELÉCTRICAS

PANADERÍA | **INMOBILIARIA** | **BODEGA**

PELUQUERÍA | **LAVANDERÍA**

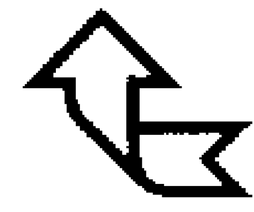
SOCIEDAD DE AGENTE DE BOLSA

DISTRIBUIDORA DE PERIÓDICOS

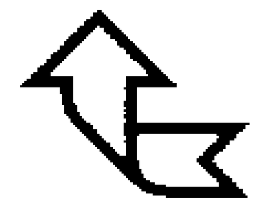
TALLER DE ADORNOS CERÁMICOS

OBJETIVOS

Los objetivos de una empresa pueden ser :

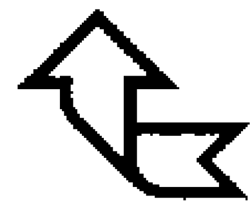
 Generar empleo e ingreso sostenible

Ante la falta de oportunidades de empleo, la persona autogenera un puesto de trabajo, que le permita sostener a su familia, desarrollarse personalmente y, si es posible, tener un nivel de ahorro.

 Generar rentabilidad social

Además del empleo que es un logro social, existen otros beneficios que devienen de la actividad empresarial:

- mejora de infraestructura básica : vías de comunicación, electrificación, agua potable, desague, etc.
- mejora de servicios : Salud, Educación, Seguridad ciudadana, etc.
- propician el desarrollo económico de la región y del país : aporte de impuestos, contribuciones, tributos, tasas, etc. al Gobierno Local, Regional y Nacional.



Generar rentabilidad económica

Es decir, se decide hacer una empresa para obtener ganancias o lo que es lo mismo, obtener una renta con respecto al dinero o bienes invertidos.

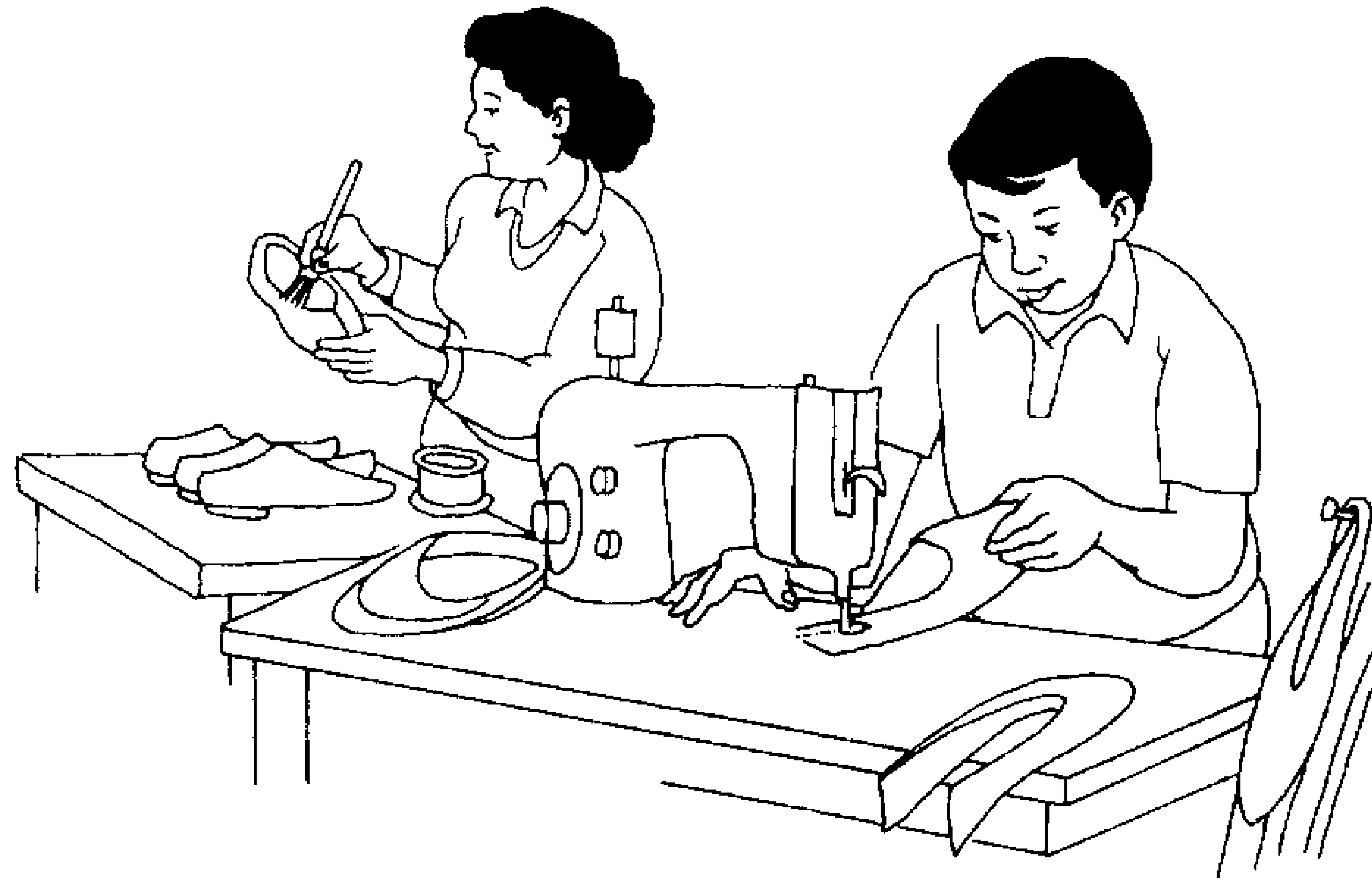
Si nos ponemos a observar o a pensar en una empresa, por ejemplo una panadería, nos damos cuenta que en ella no pueden faltar las personas que realizan el **TRABAJO.**

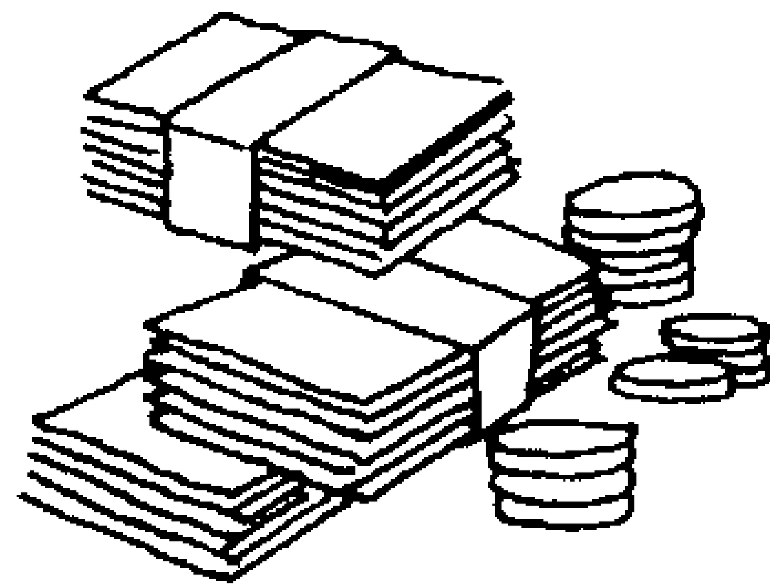
Por otra parte, observamos diversos tipos de panaderías con locales, equipos, mobiliario y materiales diferenciados; además de los insumos que utilizan para producir.

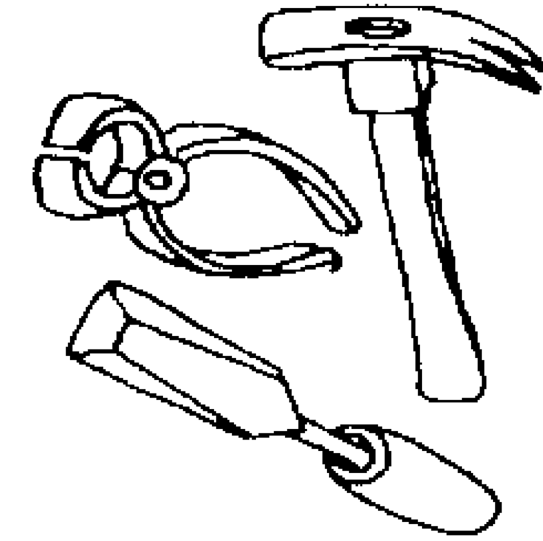
Todos estos bienes y el dinero que se usan para producir y/o comercializar sus productos o servicios constituyen el **CAPITAL** de la empresa.

Entendemos por TRABAJO, al esfuerzo humano hecho por el personal de la empresa para la producción, comercialización y administración de productos o prestación de servicios.

Y, por CAPITAL al conjunto de bienes y valores que tiene una empresa para poder producir, comercializar y administrar.







Trabajo y capital

BASES DE LA EMPRESA

EL CICLO DE FUNCIONAMIENTO DE UNA EMPRESA

Toda empresa debe garantizar como mínimo, su sobrevivencia. Para ello es necesario que cumpla con el ciclo de funcionamiento económico que a continuación explicaremos, en base a la lectura del gráfico de la página 19.

El **Ciclo** se **inicia** con la **organización** de los recursos : **CAPITAL** y **TRABAJO**, para producir un bien o realizar la prestación de un servicio que ha sido identificado como necesidad de los consumidores.

Los **bienes o servicios** producidos son **transferidos** por la empresa a los **consumidores** a través de la **VENTA.** A cambio de ellos, los consumidores pagan a la empresa, su valor, en **dinero.**

Con ese **dinero,** la empresa, en primer lugar, **paga el TRABAJO** y **repone todo el CAPITAL** usado en la PRODUCCIÓN y en la VENTA, es decir, cubre sus costos.

Si luego de cubrir los costos quedan **excedentes**, estos constituyen la **UTILIDAD** del o los propietarios; que puede utilizarse:

- **para el consumo familiar y personal del dueño**
- **para invertir nuevamente en la empresa**
- **para invertir en otras opciones**

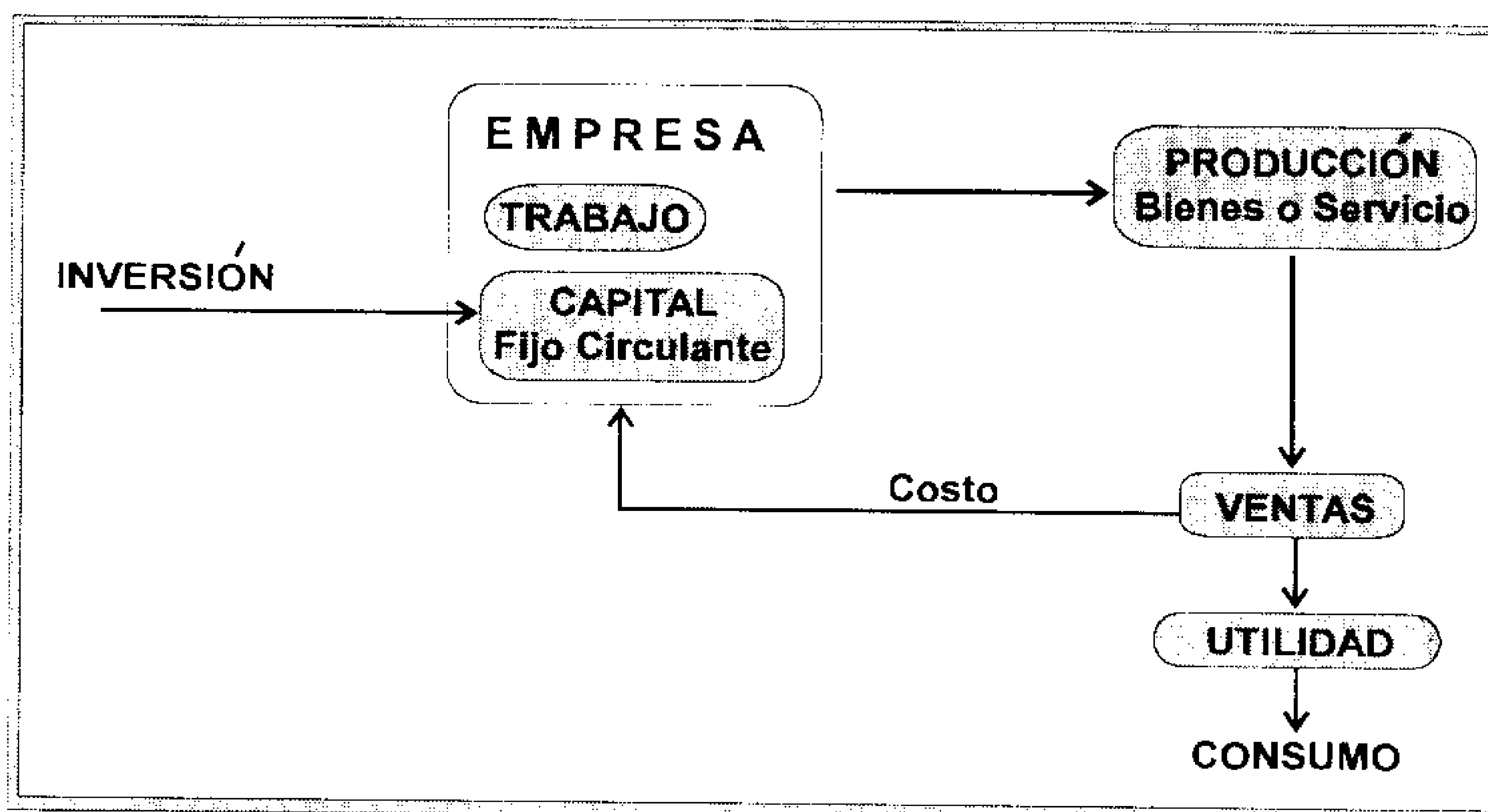
Como el CAPITAL ha sido recuperado y el TRABAJO remunerado, así mismo la utilidad ha sido destinada para el consumo familiar y personal. La empresa está en capacidad de volver a producir y vender en las mismas condiciones, podemos decir que nuestra empresa ha cumplido el **ciclo económico básico.**

El ciclo ampliado se inicia cuando, además de recuperar el capital y remunerar el trabajo se genera **UTILIDADES** que hemos decidido invertir en la empresa.

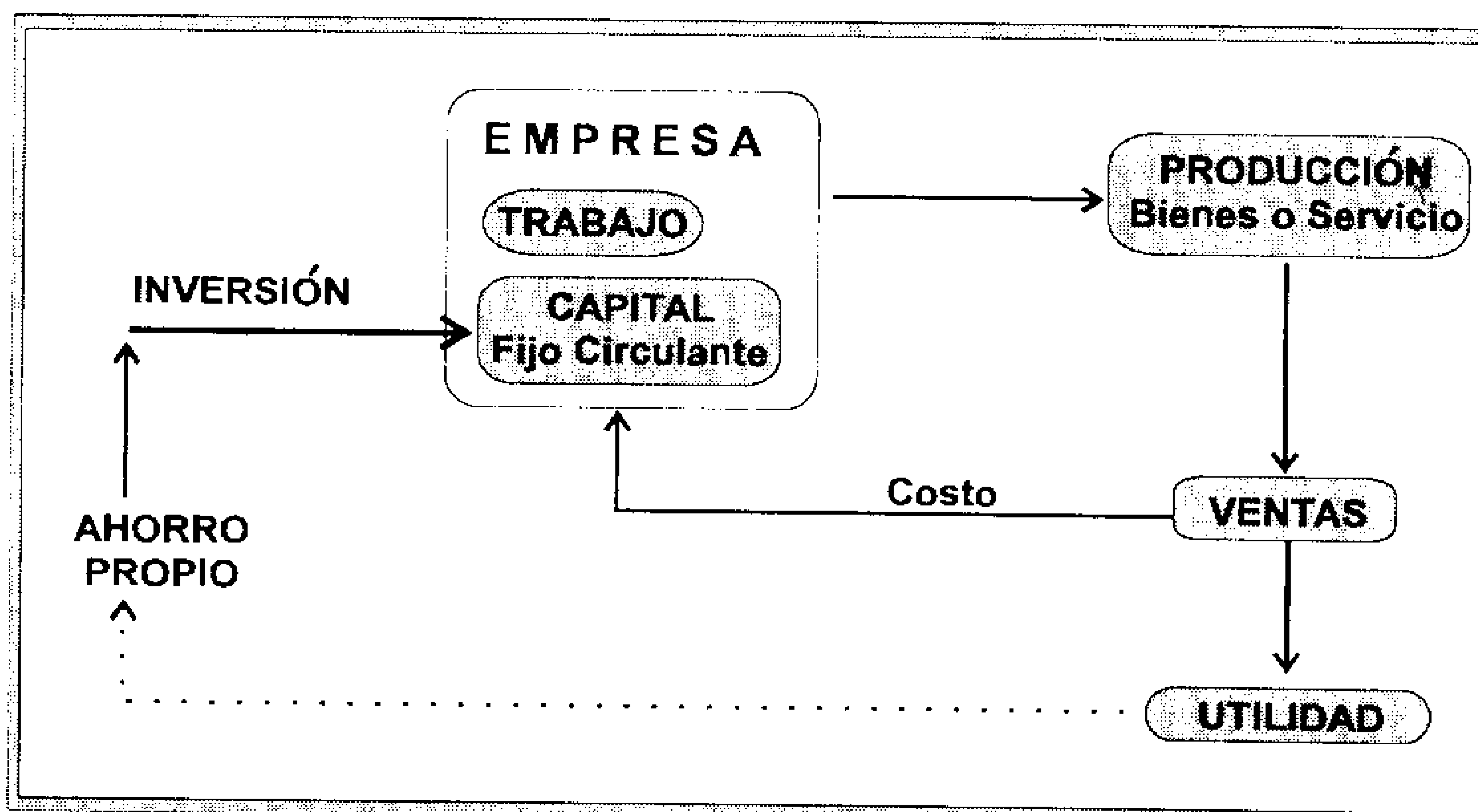
Cuando una empresa está en funcionamiento, toda **nueva INVERSIÓN, incrementa su CAPITAL**, lo que le permite producir y vender más. A esta nueva inversión se denomina **reinversión de utilidades.**

CICLO DE FUNCIONAMIENTO ECONÓMICO DE UNA EMPRESA

CICLO BÁSICO



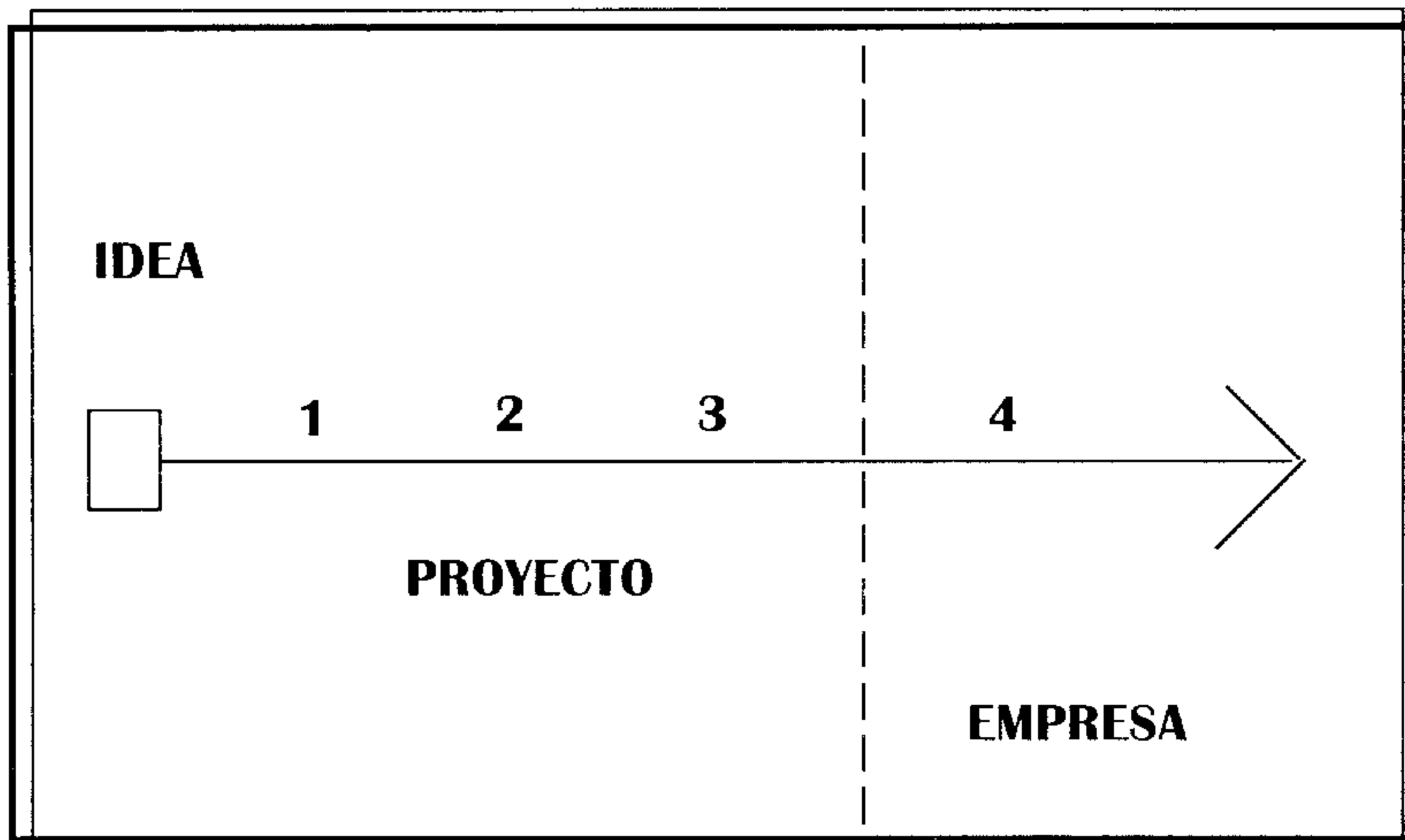
CICLO AMPLIADO



ETAPAS DE UNA EMPRESA

Desde que una persona tiene idea de hacer una empresa hasta que lo logra, pasa por una serie de definiciones, que le permitirán ir tomando decisiones. A este proceso se le conoce como etapas de una empresa.

GRÁFICO



- ETAPA 1 IDEA DEL NEGOCIO
- ETAPA 2 PRE INVERSIÓN
- ETAPA 3 INVERSIÓN
- ETAPA 4 OPERACIÓN

Como vemos toda empresa pasa por 4 etapas, las cuales describiremos a continuación :

IDENTIFICACIÓN DE LA IDEA U OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

En esta etapa surge la idea de hacer una empresa a partir de la observación de lo que :

- la gente demanda
- de las habilidades que tenemos
- de la disponibilidad de capital
- de la imitación de experiencias exitosas
- de cualquier otra información que nos dé idea sobre un negocio

PRE INVERSIÓN

Una vez definida la idea del negocio que queremos establecer, debemos realizar una serie de estudios para saber si el negocio será viable. Si los resultados de este análisis son positivos, recién podemos decidirnos a realizar la empresa.

INVERSIÓN

Es la etapa en que se procede a comprar todo lo necesario para poner en funcionamiento nuestro negocio. Tendremos que alquilar o comprar el local; comprar la materia prima e insumos; así mismo comprar o alquilar la maquinaria para realizar la producción y contratar la mano de obra que nos ayudará a producir.

OPERACIÓN DE LA EMPRESA

Para iniciar la operación, el empresario pone en funcionamiento la empresa, produciendo normalmente de acuerdo a lo proyectado.

Este curso desarrolla la primera etapa de este proceso y pretende orientar a las personas a definir la oportunidad de negocio que se han propuesto desarrollar.

CAPÍTULO 2

CARACTERÍSTICAS DEL EMPRESARIO

En este capítulo nos proponemos reconocer cuáles son las características deseables que debe tener un empresario para el buen desempeño de su empresa.

EL EMPRESARIO

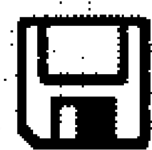
En el capítulo anterior vimos como se comportan los elementos de la empresa en el ciclo de funcionamiento y cuáles son sus etapas de desarrollo. En este capítulo veremos las características y condiciones con las que todo empresario debe contar y que son indispensables para garantizar un trabajo eficiente y competitivo en la gestión de la empresa.

El empresario en la microempresa es la persona que arriesga la inversión y conduce, dirige y administra la empresa. Es decir es el que se encarga de la gestión integral de la empresa.

En la microempresa el empresario es siempre propietario. Además cumple múltiples funciones en la producción, ventas y administración de los recursos, del personal y del dinero de la empresa.

Ser gerente o administrador de una empresa es una función y responsabilidad distinta a la de producir y vender. Para realizarlo, el empresario debe desarrollar ciertas habilidades, capacidades y destrezas a través de procesos de capacitación y en su propia experiencia práctica.

Por tanto el empresario de una microempresa, debe conjugar en su persona las capacidades de un buen trabajador, de gerente y dueño de la empresa.

EL ROL DEL EMPRESARIO EN LA EMPRESA

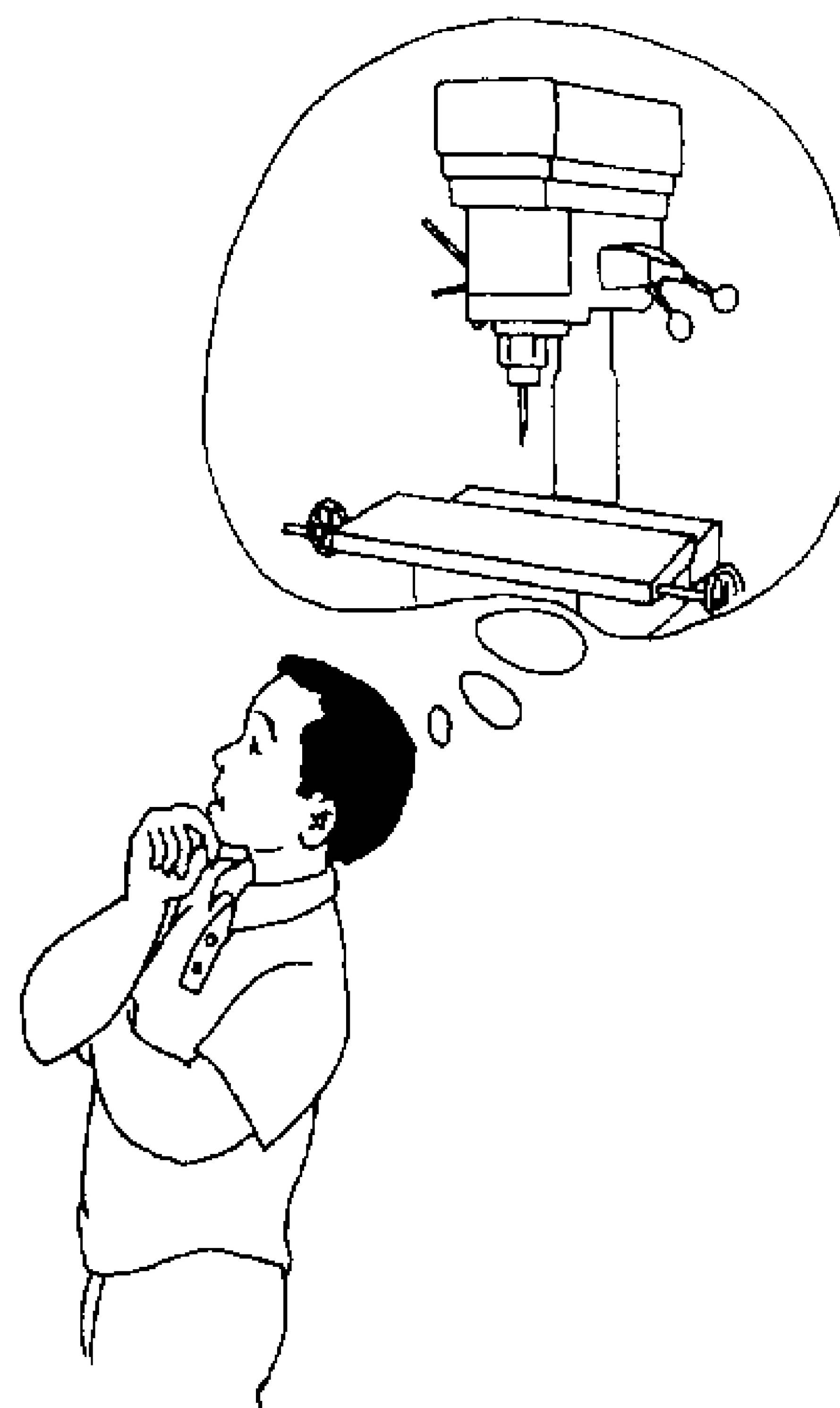
El empresario de la microempresa, dado su grado de responsabilidad, asume funciones para las cuales debe tener aptitudes específicas para el cumplimiento cabal de su rol, las que podríamos resumir de la siguiente manera :

- **Capacidad para tomar decisiones y asumir riesgos**
- **Visión del futuro**
- **Conocimiento del mercado : insumos y productos**
- **Capacidad de ahorro e inversión**



CAPACIDAD PARA TOMAR DECISIONES Y ASUMIR RIESGOS

Las decisiones comprometen actos del futuro, por tanto, afectan o influyen en las posibilidades del acontecimiento o hecho. Esta capacidad, es la que hace, que el empresario y su empresa, se consoliden y crezcan, conociendo y manejando su entorno.

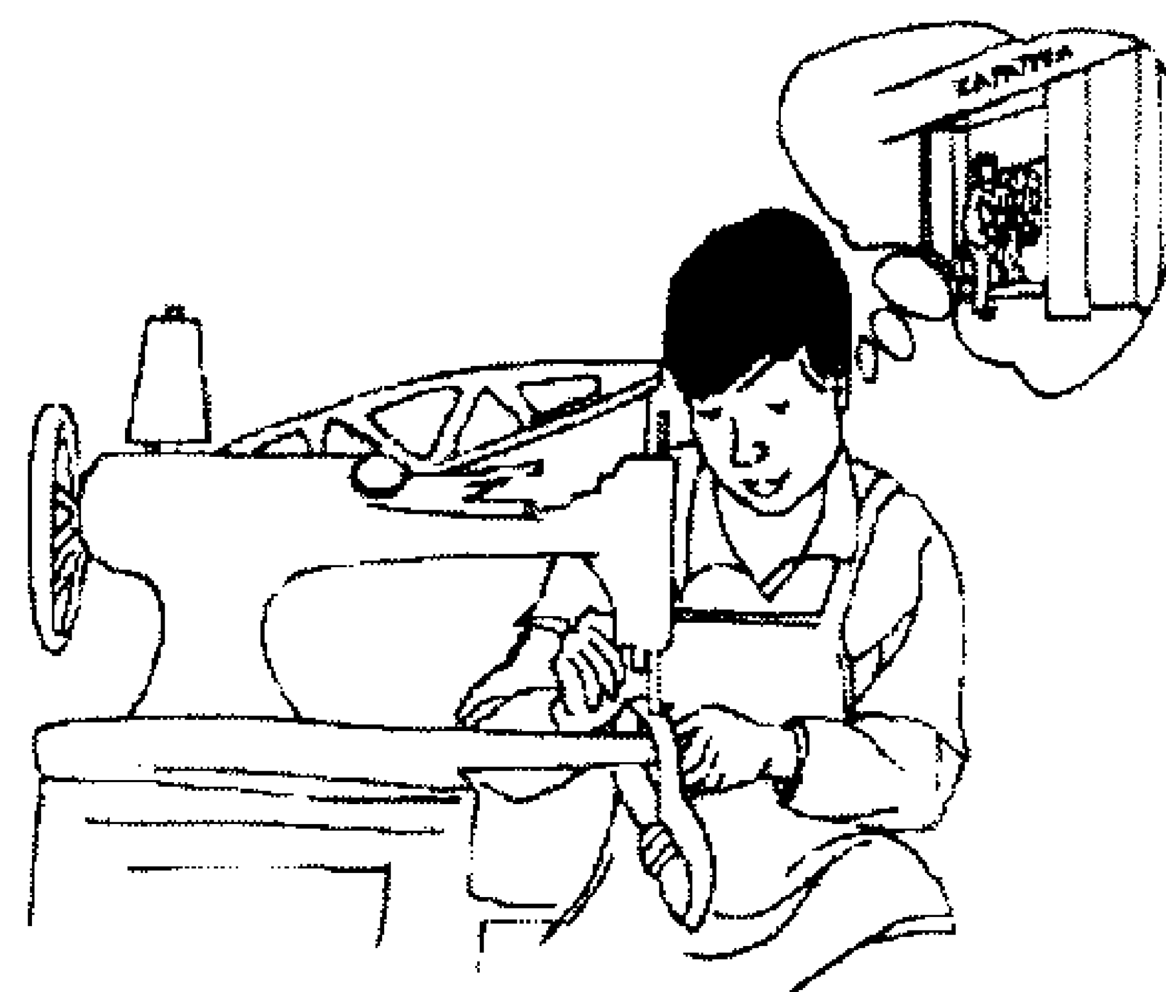


Para tomar una buena decisión el empresario: se informa, evalúa, constata, decide, implementa la decisión, evalúa el impacto y corrige.

Los riesgos debe asumirlos con: información estadística; análisis de la competencia; evaluación del entorno: Social, Político y Económico.

VISIÓN DE FUTURO

la continuidad de su empresa en el futuro, y mas aún, el crecimiento de la misma, debe tratar de hacerse cada vez más eficiente, para lo cual es necesario proyectarse. El empresario debe proyectar el trabajo a realizar, es decir, debe planificar la perspectiva de desarrollo de su empresa, en base al análisis del funcionamiento de su organización con relación al entorno.



CONOCIMIENTO DEL MERCADO

La actividad económica que realiza el empresario está vinculada a un mercado determinado; es necesario el conocimiento de las preferencias y exigencias del consumidor, así como de las ventajas que la competencia ofrece al consumidor. El conocimiento de este factor en forma integral (consumidor y competencia), le dará una visión amplia, que le permitirá enfrentarse con ventajas competitivas a las condiciones del mercado.



CAPACIDAD DE AHORRO

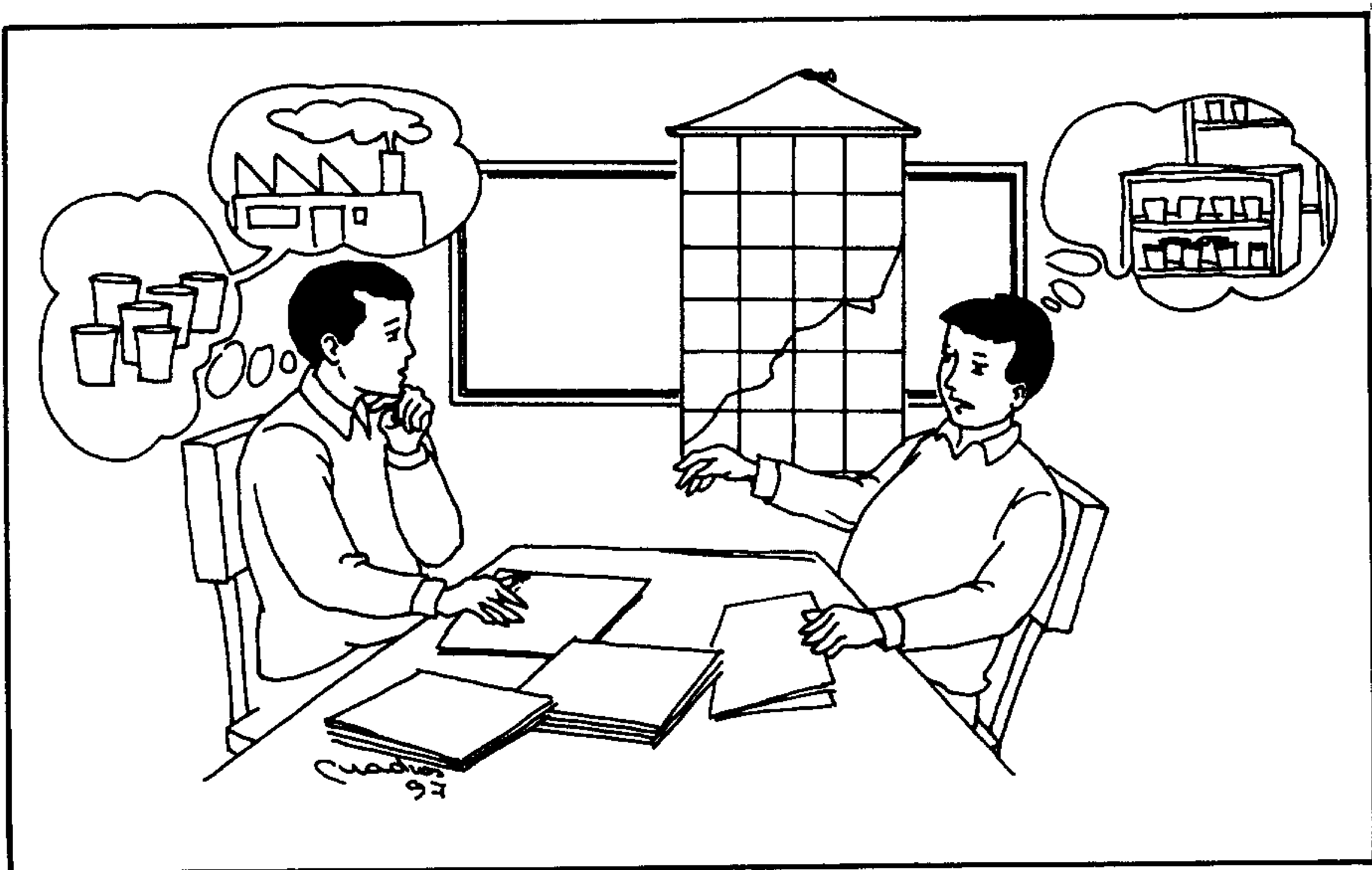


El desarrollo de una iniciativa económica, como un negocio, requiere de un manejo económico del capital para mantener la continuidad del funcionamiento de la empresa. La capacidad de ahorro le permite desarrollar la capacidad de inversión, que podrá asegurar el crecimiento y desarrollo de la empresa

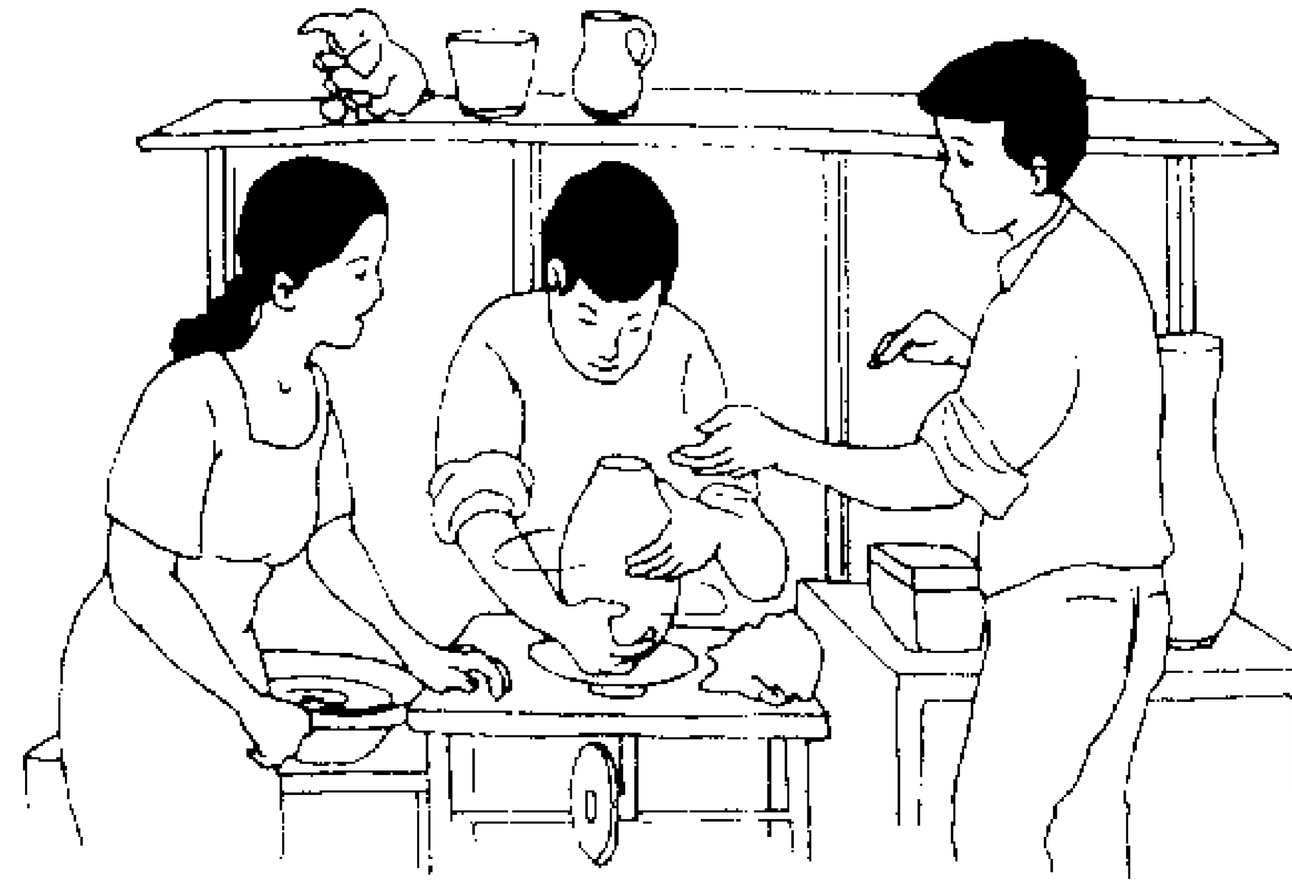
CARACTERÍSTICAS

Además de estas capacidades básicas, es deseable que el empresario cuente con determinadas cualidades, que le permita un mejor desempeño en su microempresa. A continuación mencionaremos algunas de ellas :

- **Capacidad de liderazgo y negociación.**
- **Planificador, organizador y supervisor del trabajo.**
- **Imaginación y capacidad creativa.**
- **Seguridad y confianza en sí mismo.**



Capacidad de liderazgo y negociación

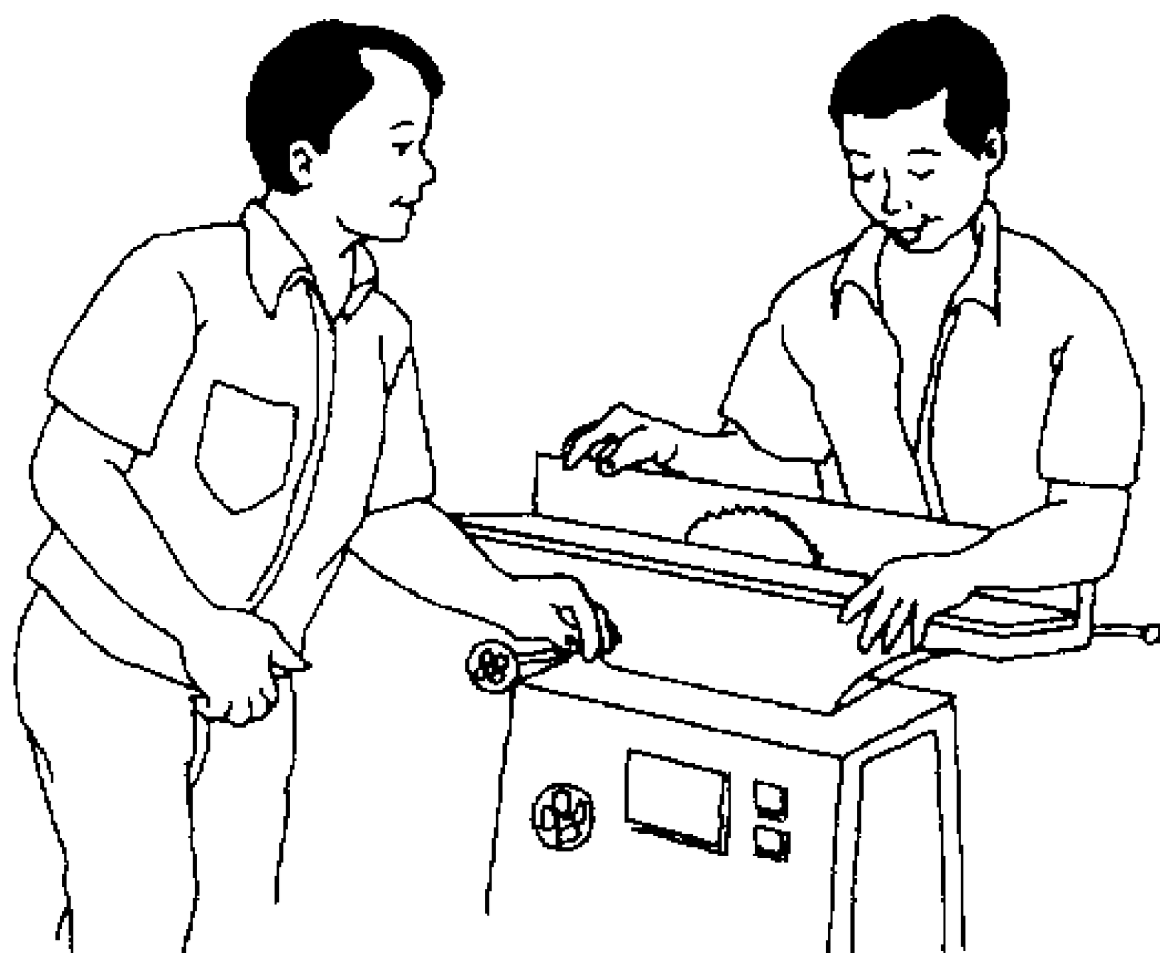


El liderazgo es una de las cualidades más significativas para todo empresario. Implica contar con don de mando, autoridad y disciplina, basados en la seguridad en sí mismo y en la confianza de lo que se está haciendo.

Estas características le permite ser el conductor visible de la empresa, e imprimir su sello personal a la dirección de la misma. El empresario está enfrentando diversas situaciones cada día. Una cualidad importante para manejar esas situaciones en forma exitosa, **es la capacidad de negociación**. Por negociación se entiende **el uso de estrategias de influencia y persuación para el logro de los objetivos**.

Además del uso de estrategias de influencia, el empresario utiliza sus aptitudes personales, conocimientos y habilidades para convertir a su empresa en modelo a seguir por otros.

Planificador, organizador y supervisor del trabajo

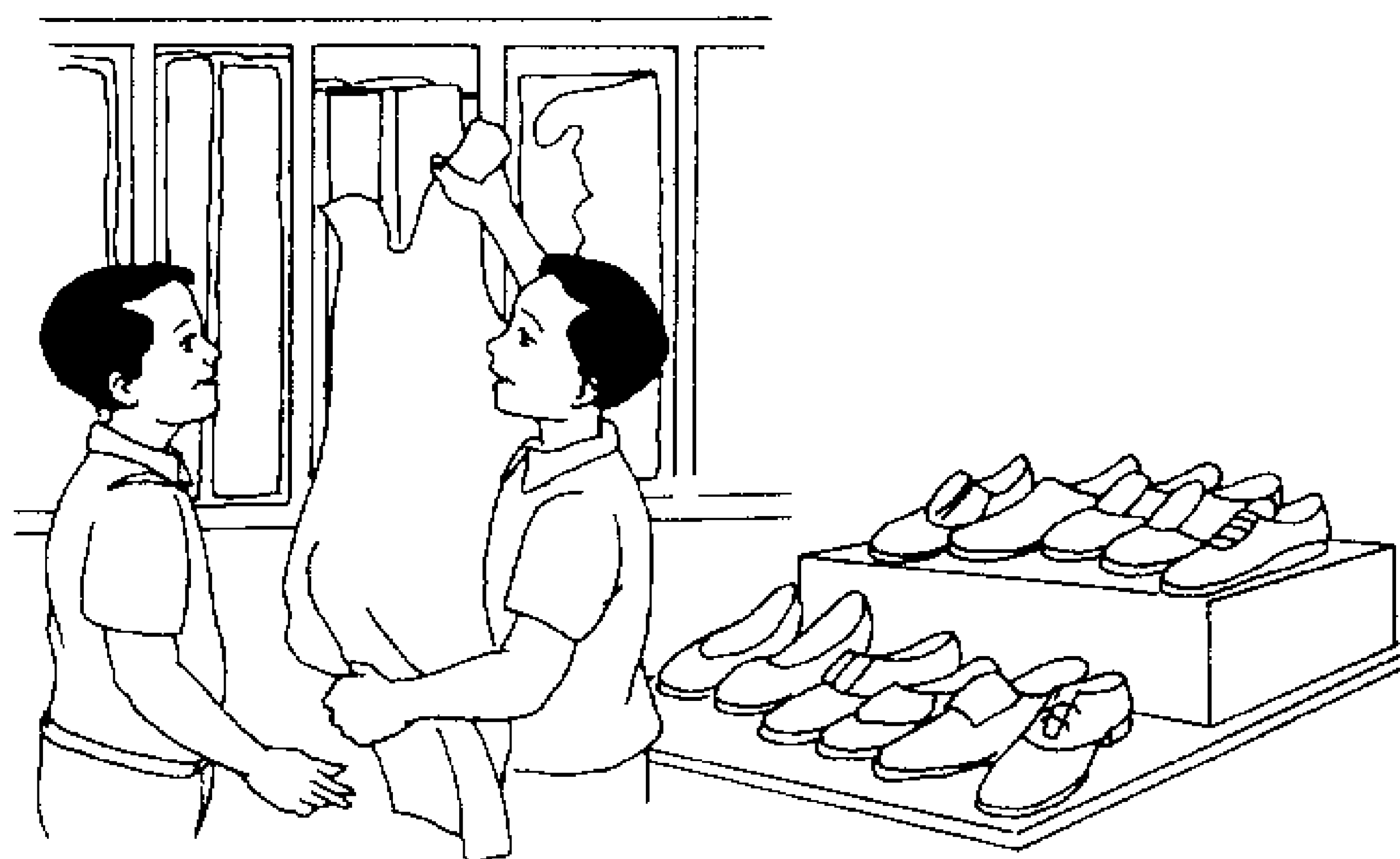


Un trabajo organizado, creará conciencia de la labor que se desarrolla y de la responsabilidad asu- mida por cada una de las personas involucradas en la empresa.

Para cumplir los objetivos propuestos por la empresa es necesario que el empresario :

- ➡ Planifique las actividades que le permitan alcanzar dichos objetivos.
- ➡ Organice los recursos de manera eficiente para lograr los fines con el menor costo posible.
- ➡ Supervise periódicamente el cumplimiento de las labores planificadas.

Imaginación y capacidad creativa



La microempresa es uno de sectores más creativos del país. Las condiciones de mercado en las cuales desarrolla su actividad, ha exigido retos de innovaciones tecnológicas, principalmente, para la reducción de costos.

La capacidad creativa, es una cualidad referida a la disposición personal del empresario para irse adaptando a los cambios tecnológicos, a las nuevas situaciones de mercado y a las políticas del sector.

Las condiciones de mercado en las que el empresario realiza la gestión y administración de su microempresa, exigen cualidades creativas, que le permita responder a los retos en forma permanente.

Seguridad y confianza en sí mismo

La seguridad en una empresa genera condiciones óptimas para su funcionamiento apropiado, y permite su estabilidad en el mercado. Estas condiciones las otorga el empresario.

La seguridad y confianza en sí mismo y sobre lo que está haciendo, contribuirá a tomar las mejores decisiones para su negocio, afianzando su independencia y seguridad.

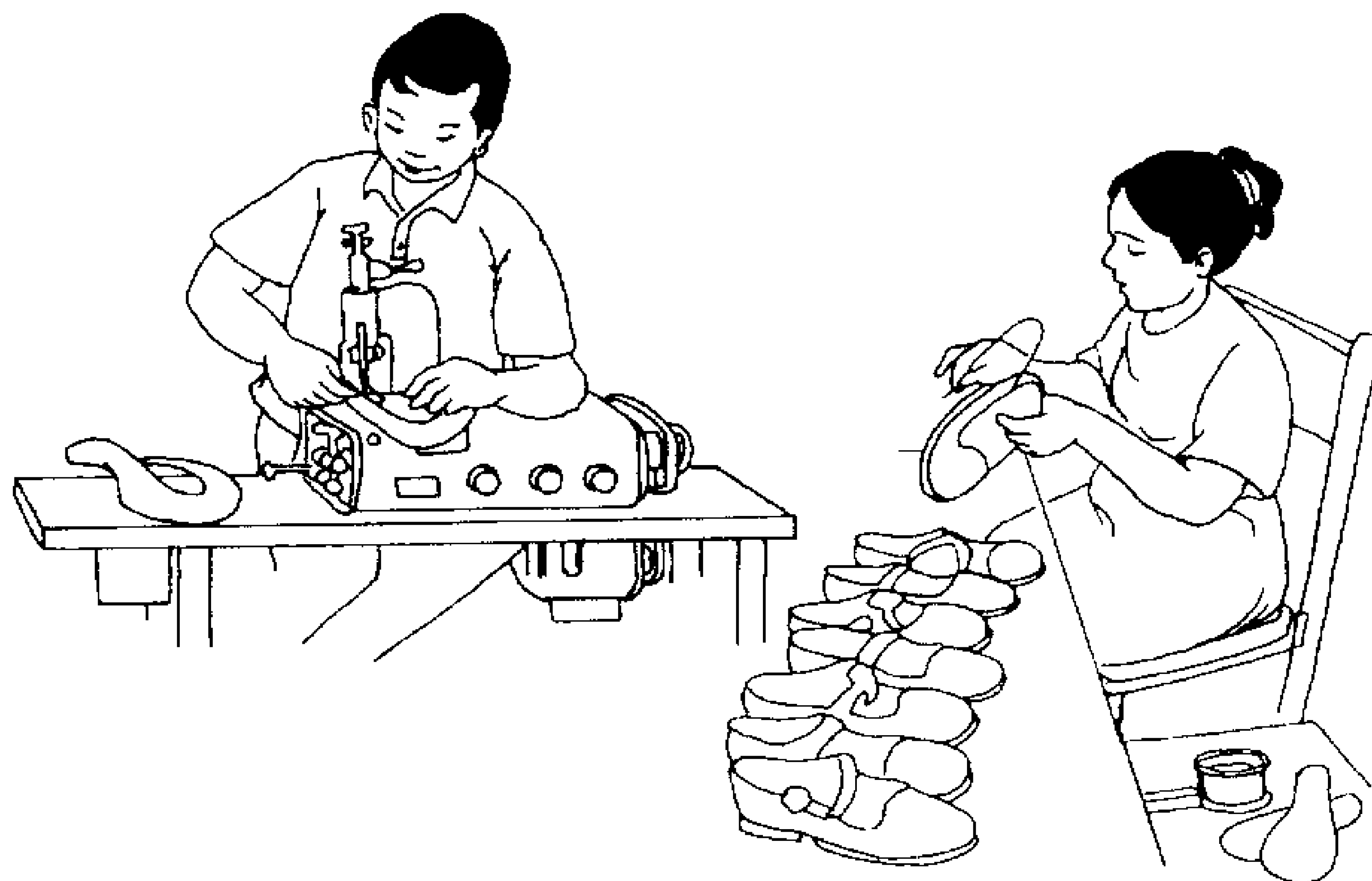
CAPÍTULO 3

EVALUACIÓN Y PRIORIZACIÓN DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS

A partir de la identificación de las oportunidades de negocios que desearíamos emprender, realizaremos un proceso de selección, análisis y evaluación, a fin de lograr definir la mejor posibilidad.

EVALUACIÓN Y PRIORIZACIÓN DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS



Cuando se nos ocurre una idea de empresa, casi siempre está acompañada de otras ideas de la misma naturaleza. Sin embargo es necesario que evaluemos las ventajas comparativas que cada una de ellas nos ofrece de acuerdo a nuestros recursos y posibilidades.

Muchas veces uno tiene recursos, capacidades, etc., de las que no tiene plena conciencia y que, fácilmente, pueden servir para comenzar y llevar a cabo un negocio con éxito.

Para ello es necesario contar con una forma de realizar este análisis, que nos permita, con cierta precisión y detalle, evaluar cada una de nuestras ideas de negocio y analizar nuestras posibilidades y recursos para su posible implementación.

La finalidad de la capacitación sobre **¿ Cómo definir oportunidades de negocios ?**, es que las personas con iniciativa de hacer empresa puedan identificar y seleccionar oportunidades de negocio que les permita, de acuerdo a sus posibilidades, elegir entre las alternativas mas viables.

Proceso de definición

El proceso que vamos a seguir para este análisis es el siguiente :

- ❐ **MAPEO DE NEGOCIOS**
- ❐ **DEPURACIÓN**
- ❐ **ANÁLISIS DE OPORTUNIDADES**
- ❐ **CALIFICACIÓN, INTERPRETACIÓN, PUNTUACIÓN**
- ❐ **PRIORIZACIÓN DE LOS NEGOCIOS**

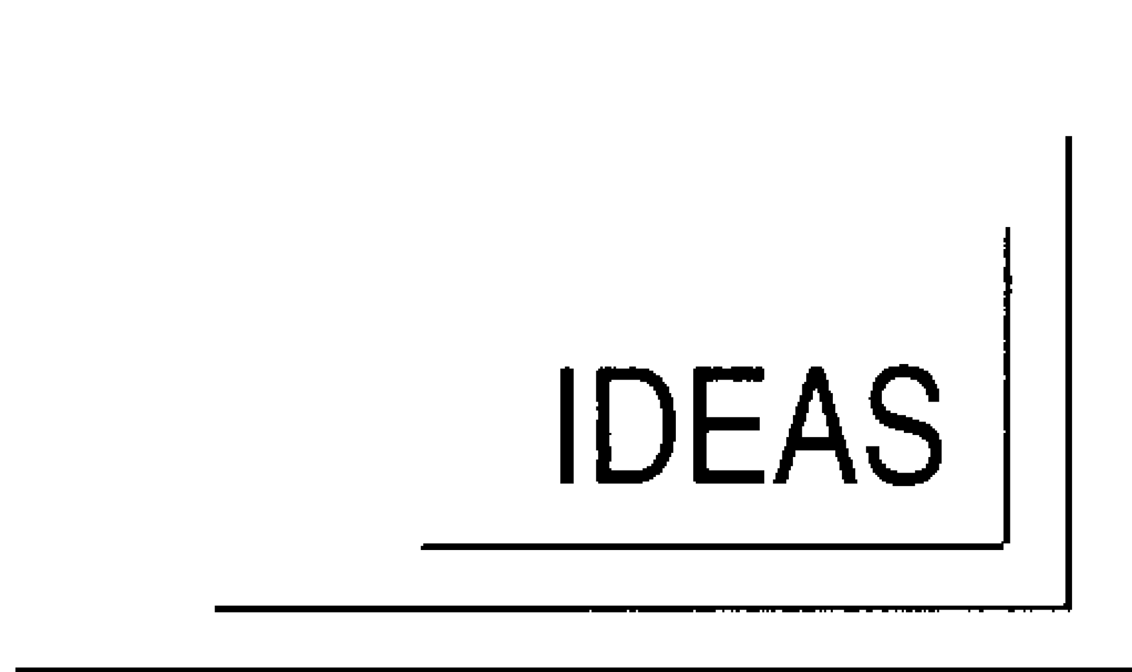
Veamos en que consiste cada una de estas etapas y como realizamos el proceso de selección y análisis :

❑ MAPEO DE NEGOCIOS

En esta etapa vamos a elaborar una lista de todos los posibles negocios que nos imaginamos podemos emprender.

Aquí volcaremos todas las ideas que podemos realizar, sin excepción alguna.

Las ideas de negocio pueden surgir de muchas maneras



- **Del conocimiento de otros negocios,**
- **De imitación o copia de otras ideas de negocios,**
- **Del producto o servicio que está de moda,**
- **Porque el negocio es fácil,**
- **Porque no tiene mucho riesgo,**
- **Porque podemos contar con suficiente materia prima,**
- **Porque encontramos que hay necesidades insatisfechas,**
- **Porque hay posibilidades de exportación,**
- **Porque podemos proveer a un productor grande.**

A continuación realizaremos un ejemplo de mapeo de posibles negocios, teniendo como resultado una relación de todas las ideas que quisiéramos convertir en un negocio.

EJEMPLO DE MAPEO DE NEGOCIOS

1. **Venta de revistas**
2. **Carpintería en madera**
3. **Mensajería**
4. **Tienda de abarrotes**
5. **Panadería**
6. **Tipeo por computadora**
7. **Puesto de comida**
8. **Venta de marcianos en la playa**
9. **Metal Mecánica**
10. **Vidriería**
11. **Engorde de Ganado**
12. **Corretaje de Inmuebles**
13. **Agencia de Bolsa**
14. **Agencia de Seguros**
15. **Decoración de Interiores**
16. **Decoración de Jardines**

❒ DEPURACIÓN

Como vemos, las ideas de negocios son muchas. Sí analizamos cada una de ellas, nos llevaría demasiado tiempo, por ello seleccionaremos sólo algunas de ellas, para analizar y evaluar. Es decir, aquella que pueda ser, para nosotros (no para otros), la más conveniente a llevar adelante; a este proceso le llamaremos depuración. Para realizar este proceso de depuración podremos utilizar los siguientes criterios :

- Lo que no me gustaría tener como actividad permanente
- Lo que me parece muy difícil
- Lo que representa mucha inversión
- Lo que representa mucho riesgo
- Lo que demanda mucho financiamiento
- Lo que no me permite generar ingresos permanentes
- Lo que tiene mucha competencia en la zona donde me pienso ubicar

EJEMPLO DE DEPURACIÓN

- ❒ Carpintería en madera; porque es una actividad que no me gustaría hacer permanentemente.
- ❒ Tienda de abarrotes; porque me parece muy difícil.
- ❒ Panadería; porque requiere mucha infraestructura.
- ❒ Tipeo por computadora; porque requiere mucha inversión.
- ❒ Puesto de comida; porque hay mucha competencia.
- ❒ Venta de marcianos en la playa, porque no me permite generar ingresos permanentes.
- ❒ Metal mecánica; porque significa mucho riesgo.

FINALMENTE ME QUEDAN LAS SIGUIENTES IDEAS DE NEGOCIOS

1. **Venta de revistas**
2. **Mensajería**
3. **Vidriería**

❒ ANÁLISIS

En esta etapa, examinaremos y precisaremos las ventajas y desventajas que nos ofrecen cada uno de estos negocios, para ello utilizaremos 5 criterios :

- ✔ **Mercado**
- ✔ **Acceso a financiamiento**
- ✔ **Acceso a recursos tecnológicos**
- ✔ **Experiencia y conocimiento del negocio**
- ✔ **Rentabilidad del negocio**

Para realizar nuestro análisis en base a estos criterios utilizaremos las siguientes preguntas que se señalan a continuación :

Mercado

¿Habrá gente que quiere comprar ?
¿Cuánta gente?
¿En qué condiciones?
¿Cuáles serían mis ventajas frente a la competencia?

¿Cuáles serían mis desventajas frente a la competencia?

Acceso a financiamiento

¿Cuánto tengo que invertir?
¿Puedo conseguirlo?
¿De qué forma ?

Acceso a recursos tecnológicos

¿Qué necesito?
¿Podré contar con la tecnología que necesito?

Experiencia y conocimiento en gestión y producción

¿Qué experiencia tengo en el negocio o en negocios similares?
¿Qué conozco del negocio?

Rentabilidad del negocio

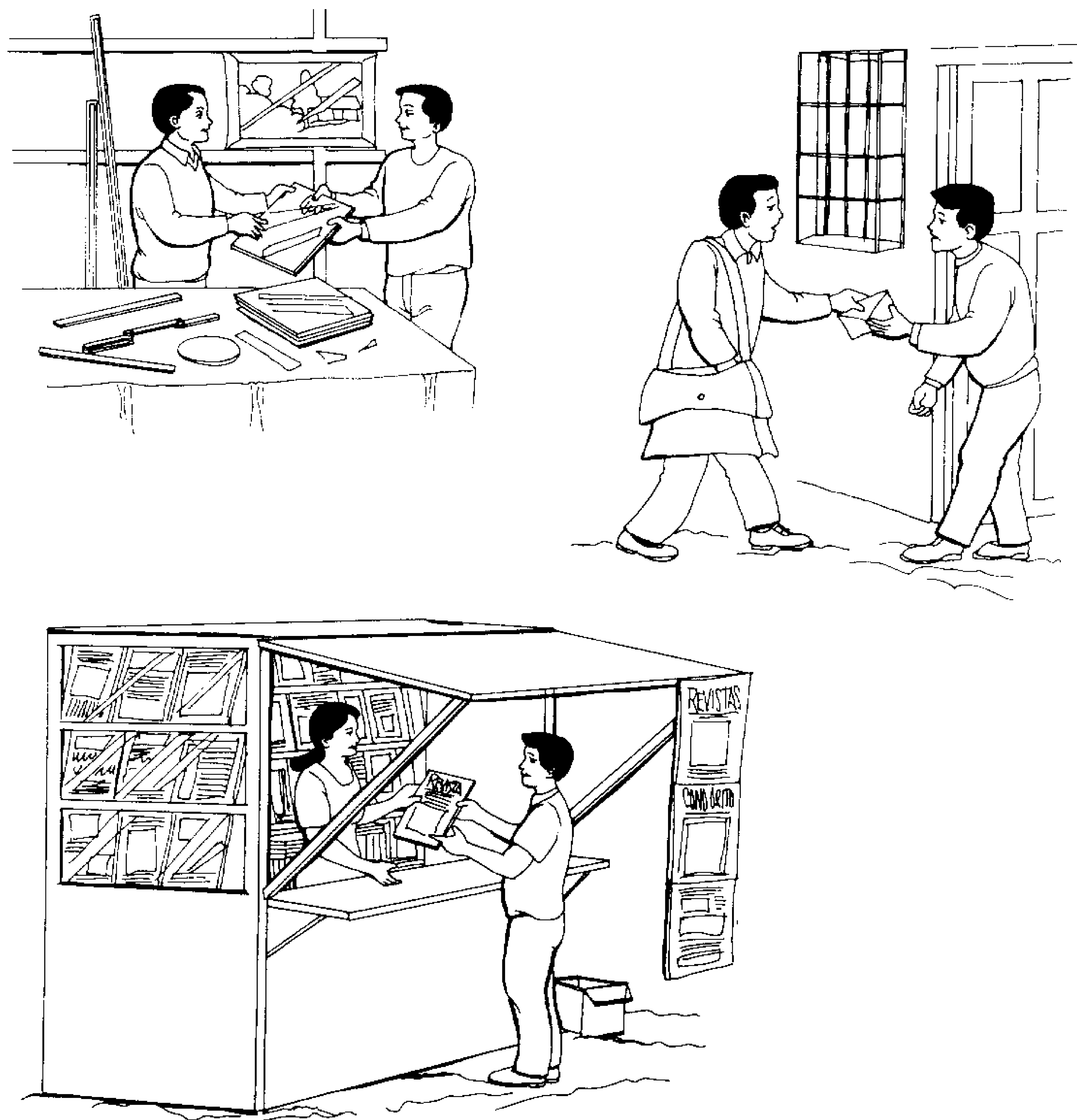
¿Cómo les va a los que tienen este tipo de negocio?

EJEMPLO DE ANÁLISIS DE OPORTUNIDADES

Para realizar el análisis de oportunidades , elegiremos uno de los negocios seleccionados en la etapa de depuración.

En este análisis, identificaremos las ventajas y desventajas que según nuestra experiencia podemos describir.

A través de la descripción de las ventajas y desventajas, podremos orientarnos en la posibilidad de realizar o no el negocio que estamos analizando.



MENSAJERÍA

MERCADO

VENTAJAS	DESVENTAJAS
Existen muchas instituciones que requieren estos servicios y que desconfían del courrier y del correo.	La mayoría de instituciones no me conocen y pueden desconfiar.
Conozco algunas instituciones y me puedo relacionar fácilmente.	No conozco el plano integral de Lima.
Puedo ir a cualquier lugar de Lima.	Otras empresas tienen mayor experiencia de organización del servicio.
Soy ordenado en los registros.	

ACCESO A FINANCIAMIENTO

VENTAJAS	DESVENTAJAS
De los dos mil soles que requiero cuento con 500 soles.	No conozco los requisitos para acceder a un crédito.
Mi familia me puede prestar 500 soles para devolverlos en dos meses.	No tengo ningún bien para ofrecer como garantía.
No tengo cuentas en el Banco.	

ACCESO A RECURSOS TECNOLÓGICOS

VENTAJAS	DESVENTAJAS
Necesito una moto, un plano, un sistema de rutas y un maletín. Con los recursos de mi familia y los míos puedo comprar una moto usada. Soy organizado, conozco el ámbito y puedo establecer un sistema de rutas fáciles y económicas.	No conozco donde conseguir planos. Los planos no tienen todas las calles.

EXPERIENCIA Y CONOCIMIENTO DEL NEGOCIO

VENTAJAS	DESVENTAJAS
Tengo experiencia en hacer reparto a domicilio. He asistido a un curso básico de gestión empresarial. Conozco la experiencia de una amiga que tenía su mensajería para un distrito. Estoy dispuesto a aprender.	No tengo experiencia en este negocio.

RENTABILIDAD DEL NEGOCIO

VENTAJAS	DESVENTAJAS
Mi amiga tiene ahora varias motos y está construyendo el segundo piso de su casa, después de 5 años de tener el negocio.	5 años me parecen demasiado para obtener ganancia suficiente que justifique mi esfuerzo e inversión.

❑ CALIFICACIÓN, INTERPRETACIÓN, PUNTUACIÓN

Una vez analizadas las diferentes oportunidades de negocios tenemos que calificarlas para priorizar nuestras opciones.

Para calificar las oportunidades seguimos los siguientes pasos :

PASO 1

Analizamos las ventajas y desventajas que hemos ubicado para cada criterio y según nuestra opinión las valoramos de acuerdo a la siguiente escala :

EXCELENTE	cuando los riesgos son pocos y puedo obtener una buena utilidad.
MUY BUENO	cuando asumo riesgos, pero puedo obtener una buena utilidad.
BUENO	cuando asumo riesgos y puedo obtener una utilidad aceptable.
REGULAR	cuando los riesgos son mayores que la utilidad que voy a ganar.
MALO	cuando son muchos riesgos y es poca la utilidad.

EJEMPLO :

Para el caso del servicio de mensajería, hemos calificado cada criterio de la siguiente forma :

MERCADO	Regular
ACCESO A FINANCIAMIENTO	Regular
ACCESO A TECNOLOGÍA	Muy Bueno
EXPERIENCIA Y CONOCIMIENTOS	Bueno
RENTABILIDAD	Regular

PASO 2

Cada uno de estos criterios equivale a un puntaje, así tenemos que :

Excelente	equivale a 5 puntos
Muy bueno	equivale a 4 puntos
Bueno	equivale a 3 puntos
Regular	equivale a 2 puntos
Malo	equivale a 1 punto

EJEMPLO :

Para el caso del servicio de mensajería los puntajes serían :

MERCADO	2
ACCESO A FINANCIAMIENTO	2
ACCESO A TECNOLOGÍA	4
EXPERIENCIA Y CONOCIMIENTOS	3
RENTABILIDAD	2

PASO 3

Luego de obtener los puntajes para cada criterio lo sumamos para obtener el puntaje total de la oportunidad.

EJEMPLO :

En el caso del servicio de mensajería el puntaje total es de **13**.

PASO 4

Obtenido el puntaje total interpretamos el significado del mismo y analizamos en qué condiciones la oportunidad podría mejorar su puntuación, de acuerdo a la siguiente escala :

DE 5 A 10 PUNTOS	**ES UNA MALA OPORTUNIDAD**
DE 11 A 15 PUNTOS	**ES UNA OPORTUNIDAD REGULAR**
DE 16 A 20 PUNTOS	**ES UNA BUENA OPORTUNIDAD**
DE 21 A 25 PUNTOS	**ES UNA EXCELENTE OPORTUNIDAD**

EJEMPLO :

El servicio de mensajería obtuvo **13 puntos**, por lo cual podemos afirmar que es una **oportunidad regular**. Sin embargo podría llegar a ser una buena oportunidad, si podemos conseguir lo siguiente:

- ➡ **Conseguir una persona bien relacionada con las instituciones a las que queremos ofrecer nuestro servicio.**
- ➡ **Conseguir un aval para solicitar el crédito.**
- ➡ **Aprender a leer planos.**
- ➡ **Bajar nuestras expectativas de rentabilidad.**

❑ PRIORIZACIÓN DE LOS NEGOCIOS

Una vez calificadas todas las oportunidades seleccionadas, se les asigna el puesto correspondiente, según el puntaje obtenido.

EJEMPLO :

Cuando depuramos la lista de negocios, seleccionamos los siguientes :

➡ **MENSAJERÍA**

➡ **VIDRIERÍA**

➡ **VENTA DE REVISTA**

Después de analizarlas y calificarlas, obtuvimos los siguientes puntajes

NEGOCIOS	CRITERIOS					Puntaje	Prioridad
	Mercado	Financiamiento	Tecnología	Experiencia	Rentabilidad		
Mensajería	02	02	04	03	02	13	3
Vidriería	04	03	02	02	03	14	2
Venta de revista	04	03	04	03	02	16	1

CAPÍTULO 4

LOS RIESGOS DE EMPRENDER UN NEGOCIO

Análisis para la toma de decisiones

En este capítulo analizaremos cuáles son los riesgos que pueden generar alguna alteración en el funcionamiento de nuestra microempresa (completando de esta manera nuestro análisis) y podremos tener una visión más amplia de los elementos externos.

ANÁLISIS PARA LA TOMA DE DECISIONES

Una vez priorizada nuestra oportunidad de negocio, debemos analizar otros aspectos, que influyen en la posibilidad de éxito del negocio seleccionado.

Estos aspectos son :

- **La situación de empleado a empresario.**
- **La autoevaluación de nuestra actitud empresarial.**
- **El entorno en el cual desarrollaremos nuestra microempresa.**

LA SITUACIÓN DE EMPLEADO A EMPRESARIO

Muchos empresarios, antes de serlo, fueron empleados de instituciones y organizaciones públicas y privadas o trabajadores de otras empresas.

En esta etapa cada uno ha desarrollado una función y actividad específica en el área de la empresa.

Su responsabilidad se centraba en realizar bien la tarea asignada por la que recibía regularmente una remuneración.

El nivel de decisiones que asumía se circunscribía al ámbito de su tarea y, generalmente, normada por manuales, reglamentos o instrucciones verbales o escritas por los jefes inmediatos o del propio empresario.

El requerimiento de información, la relación con personas ajenas a la empresa y la responsabilidad por el trabajo de otras personas eran limitados por el tipo de tarea y el nivel alcanzado dentro de la empresa.

Generalmente no dispuso para sí, ni tuvo que tomar decisiones sobre cantidades «importantes» de dinero y los niveles de riesgo manejados eran mínimos, conocidos o calculados.

Dejar esta situación y convertirse en empresario implica un cambio radical que compromete conductas, conocimientos y habilidades. La mayor parte de las situaciones que tiene que enfrentar le son desconocidas, poco habituales y con mayor grado de complejidad.

La necesidad de tener un ingreso mediante el empleo autogenerado en una microempresa de su propiedad, le lleva a tomar decisiones en todos los campos mencionados, basado por lo general en el método de prueba y error que implica ir asumiendo riesgos muy grandes.

Por otro lado, es posible que actualmente disponga de un capital por indemnización, como pago por el período de su trabajo y que la decisión de invertirlo, le exige la nueva necesidad de no perderlo y hacerlo crecer.

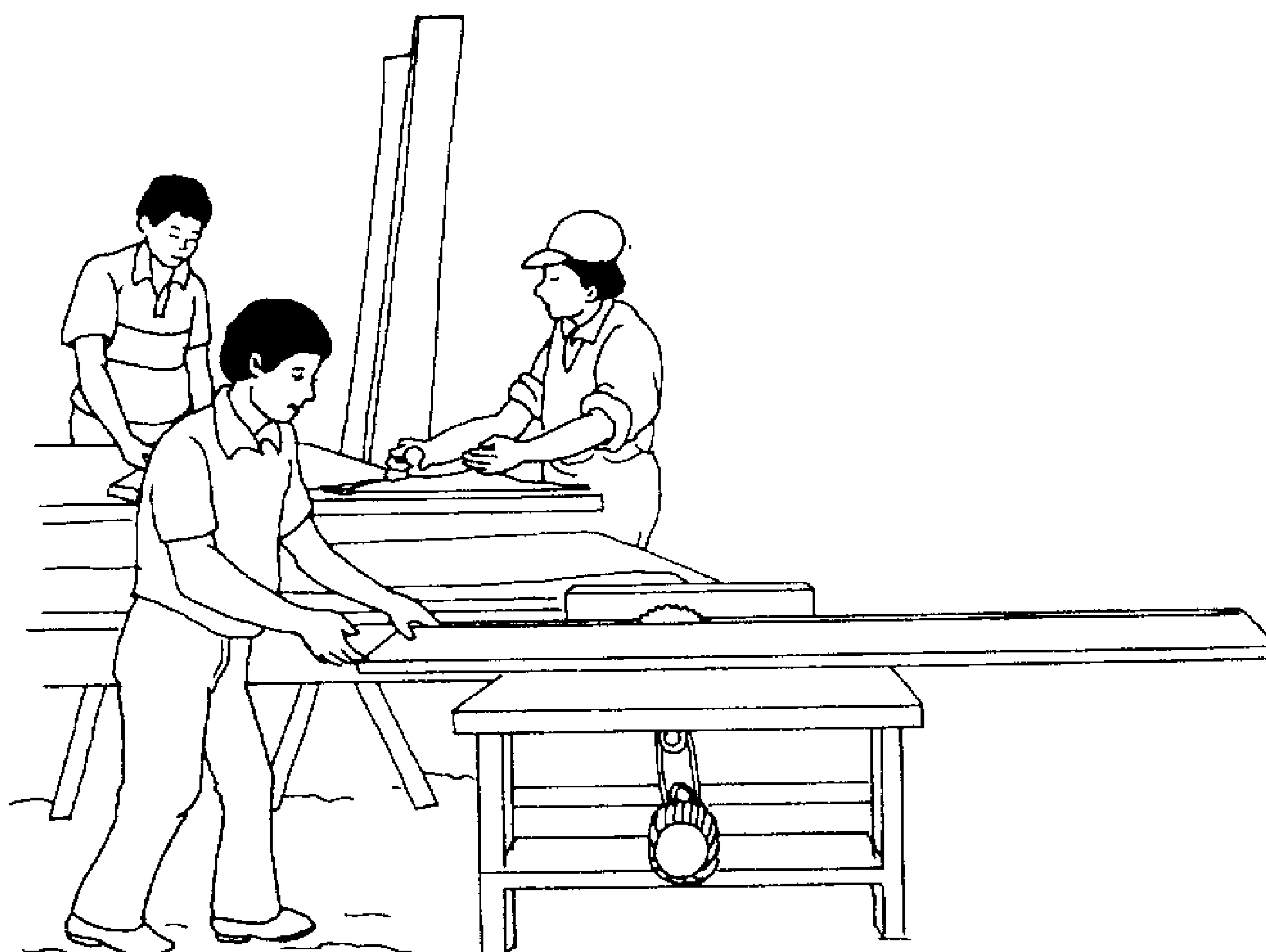
Además dispone de conocimientos adquiridos en su empleo anterior y de su propia formación. Cuenta también con su experiencia personal y con todos los elementos de su cultura.

Podemos decir que, además, incluye también como propios, los conocimientos y habilidades de sus familiares dependientes.

Sin embargo, advertimos que es necesario, un cambio significativo de actitud personal, una apertura a nuevos conocimientos y nuevas formas de enfrentar las cosas, de tal manera de ir adoptando y desarrollando aquellas características que hemos anotado como deseables en un empresario.

Por diversas razones estos cambios son difíciles de lograr en personas que se encuentran bajo esta situación. Dichos cambios requieren de voluntad y decisión.

Consideramos que la **CAPACITACIÓN** es un buen primer paso.



AUTOEVALUACIÓN DE ACTITUDES Y APTITUDES PERSONALES PARA SER UN BUEN EMPRESARIO

La autoevaluación es un proceso de análisis interno, que nos permite identificar el grado de semejanza o diferencia de nuestras actitudes y aptitudes que caracterizan a un líder empresarial.

Todo empresario debe ser conciente de la importancia de un proceso de autoevaluación, ya que le brinda la posibilidad de identificar los actos que dificultan la marcha de su empresa, así como aquellos que le brindan mayores posibilidades de éxito.

A partir de este reconocimiento, el empresario debe plantearse una propuesta o plan de acción personal, para desarrollar sus actitudes y aptitudes, de tal manera que favorezcan al éxito empresarial.

Toda evaluación de nuestras características personales nos informa de como somos en este momento, pero no determina nuestro futuro. Si mostramos disposición a cambiar a partir de los resultados de la autoevaluación y hemos asumido esto como un proceso periódico, cada vez que nos autoevaluemos, comprobaremos el nivel de nuestro avance.

Para autoevaluarnos, analizaremos nuestras actitudes y aptitudes en función a 4 categorías :

- **Capacidad para asumir riesgos y aceptar desafíos**
- **Visión de futuro**
- **La importancia que le damos al mercado a nivel de consumidor y de competencia**
- **Capacidad de ahorro e inversión**

INFLUENCIA DEL ENTORNO EN EL ANÁLISIS DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS

Cada uno de nosotros, hemos realizado un proceso muy interesante para definir y seleccionar cuál es el negocio más conveniente.

Hemos analizado las condiciones del mercado, tecnología, financiamiento, rentabilidad, experiencia y conocimiento.

Invertir en una oportunidad de negocio en este momento, determina nuestro futuro y el de nuestra familia, por tanto, es necesario considerar otros elementos que pueden orientarnos a tomar la decisión más conveniente para nosotros.



Cuando decimos que hay otros elementos, nos referimos al entorno; a los aspectos que conforman las normas tributarias de los impuestos, las políticas de los sectores, las fuentes de financiamiento, los proyectos del Estado y de los organismos no gubernamentales, entre otros. Todos esos aspectos constituyen el entorno.

El entorno, es un elemento importante que puede mejorar y completar nuestro análisis y nos puede permitir ratificar o modificar la priorización de las oportunidades de negocios que hemos seleccionado.

El entorno de una empresa es el conjunto de agentes (clientes, competidores, proveedores, municipios, organizaciones financieras, etc.) y elementos externos (políticas, normas tributarias, regímenes laborales, tasas de interés, etc.) cuyas decisiones y comportamiento influyen en el funcionamiento de la empresa, pudiendo afectar nuestros ingresos y gastos.

Estos elementos, exigen decisiones del empresario (estrategia) para garantizar la continuidad del funcionamiento de la empresa con un desempeño eficiente en nuevas condiciones.



Algunos de ellos tienen una influencia muy directa y significativa; constituyen el entorno próximo o inmediato del empresario.

En él se encuentran los clientes, los competidores, los proveedores de bienes y servicios que la empresa demanda, el Municipio, la SUNAT, los trabajadores que ofrecen los servicios de mano de obra que la empresa requiere, las instituciones financieras, las ONGs que brindan capacitación, entre otros.

Otros agentes tienen una influencia indirecta, pero muy significativa; constituyen el entorno mediato de la empresa.

Estos otros agentes son: el Congreso, el Poder Judicial, los Ministerios, los Importadores, los Gremios, las Universidades, Mercados Nacionales e Internacionales. Estos agentes también influyen en la vida de una empresa, a través de políticas, normas y mecanismos legales.



Hay que tener en cuenta que, en el tiempo, algunos agentes pueden modificar su nivel de influencia y pasar de un entorno alejado a otro más próximo y viceversa y afectar más o menos, respectivamente, el funcionamiento y los resultados de la empresa.

El entorno tiene importancia en relación con la información que tiene que manejar el empresario para mejorar la toma de decisiones en su empresa.

Proponemos analizar aquella información que tienen influencia de tipo económico, social, político, legal y tecnológico para el empresario.

ECONÓMICO	El análisis de lo económico incluye la siguiente información : ¿Cómo está el nivel de consumo ? ¿La situación económica ha afectado el consumo del producto?
SOCIAL	En el análisis de lo social la información más importante esta referida a : El diseño, calidad, acabado ¿corresponde a las preferencias y gustos de los clientes?
POLÍTICO	Con respecto a lo político es importante preguntarnos lo referido a leyes, decretos, directivas que involucren al sector en el que la empresa desarrolla su actividad. ¿Qué leyes rigen nuestro sector? ¿Qué nuevas políticas de financiamiento hay? ¿Qué fuentes financieras tienen respaldo actual?
LEGAL	En lo legal, es importante conocer lo siguiente para cumplir con la normatividad vigente. ¿Qué reglamentos últimos se han dado? ¿Cuáles son las nuevas tasas de impuestos? ¿Qué últimas ordenanzas municipales hay?
TECNOLÓGICO	En lo tecnológico corresponde analizar la calidad de los productos y servicios que se brindan. Las innovaciones en el uso de materiales, diseños, procesos productivos y técnicas de venta, son también materia de este campo.

¿Por qué es importante evaluar el entorno?

Ya en el proceso de selección de oportunidades hemos tenido ocasión de analizar parte del entorno, sobre aspectos específicos vinculados al mercado, tecnología, acceso a financiamiento, niveles de experiencia y rentabilidad.

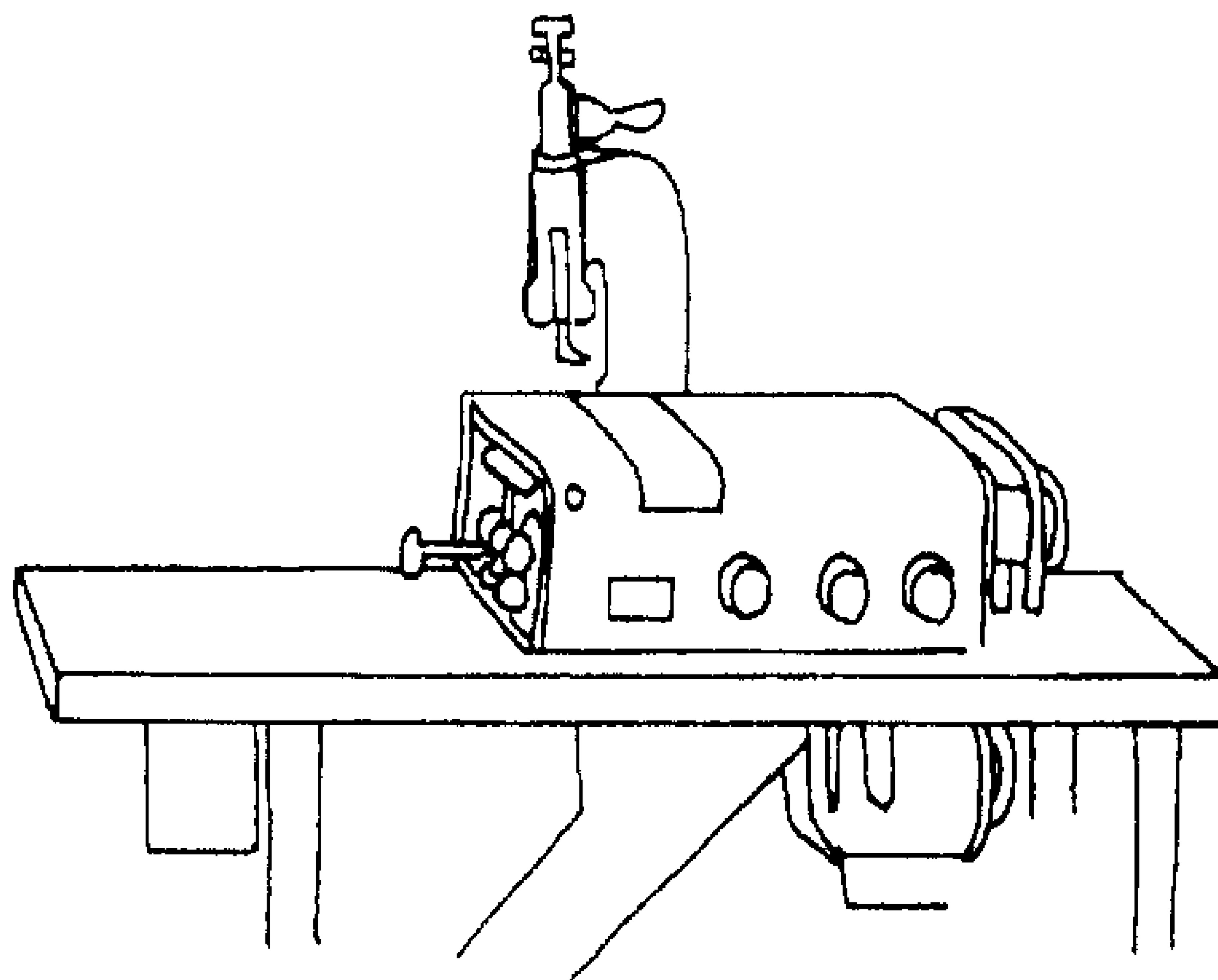
El análisis del entorno en cada uno los aspectos económico, social, político, legal y tecnológico; permite establecer cuanto más pueden influir estos elementos en el funcionamiento de la empresa.

EJEMPLO

<table>
<tr><th colspan="2">"PROMOCIONARÁN EXPORTACIONES DE CALZADO"</th></tr>
<tr><td></td><td>El presidente de Prompex resaltó la importancia de reactivar el sector del calzado e incrementar sus exportaciones a otros países. El rubro del calzado cuenta con 15,000 pequeñas empresas, las que producen alrededor de 25 millones de pares de zapatos al año. Luego afirmó que el gobierno quiere promocionar las exportaciones de calzado a través de la devolución de impuestos internos (drawback) lo que mejorará la competitividad de la industria nacional.</td></tr>
</table>

Como podemos ver en el primer caso a través de la información sobre política de promoción de exportaciones de calzado, se llega a encontrar condiciones favorables para este sector.

"COFIDE APROBÓ FINANCIAMIENTO PARA PROYECTOS EMPRESARIALES"



La Corporación Financiera de Desarrollo (COFIDE) aprobó financiar las operaciones de Proyectos empresariales de diversos sectores asignándole el 29% a la industria, 25.5% al comercio, 15.7% a servicios, 8.2% a pesca, 6.8% al agro, 4.9% a la minería, 2.9% al transporte, 2.7% a la construcción, 1.9% al turismo y 0.9% a la energía y agroindustria.

Encontramos en el segundo caso; información sobre fuentes de financiamiento para todos los sectores.

Cuando la influencia afecta positivamente en el logro de los objetivos del empresario y contribuye al mejor funcionamiento de la empresa se constituye en una **OPORTUNIDAD.**

OPORTUNIDAD
FOMENTO A LA CAPACITACIÓN EN MICROEMPRESA **Se aprobó el Proyecto de Capacitación en gestión empresarial que será ejecutado a nivel nacional por el Servicio de Capacitación en microempresa. El programa estará dirigido a empresarios de los sectores de la industria, servicios, comercio y agroindustria, beneficiando a más de un millón de microempresas.**

- ➧**Proyecto de Capacitación Empresarial a nivel nacional.**
- ➧**Servicio de Capacitación en microempresa.**
- ➧**Programa dirigido a empresarios de industria, servicios, comercio y agroindustria.**

Mientrás que, si afecta negativamente a la empresa entonces se presenta como un **RIESGO** o **AMENAZA** que se debe evitar o tratar de superar.

RIESGO
ALARMA ENTRE LOS CONFECCIONISTAS DE CUEROS Y CALZADOS **Se comunica que la fábrica de pegamentos PEGAPEGA ha sido intervenida por INDECOPI, por haberse encontrado en la fabricación del último lote, la modificación de la formula oficial; introduciendo un insumo que contiene una sustancia altamente tóxica. Se recomienda que no se utilice estos productos, por causar daños a los seres humanos.**

El análisis del entorno nos permite identificar las oportunidades y los riesgos con los cuales se enfrenta permanentemente todo empresario.

Considerar estos elementos permitirá desarrollar en el empresario una visión más amplia, con mayores criterios de contexto y tener mayores aciertos en base a un análisis apropiado de la información.

PROCESO DE EVALUACIÓN PARA LA TOMA DE DECISIONES

El análisis del entorno proporciona información adicional sobre la conveniencia de una u otra alternativa de negocio en la medida que el entorno se presente más o menos favorable.

Cuando el empresario comienza a realizar el análisis de cada uno de estos aspectos comienza a tener una idea más objetiva de la situación actual y de la probabilidad de su comportamiento en el futuro.

Si cambian las condiciones, el empresario sabrá claramente que también tendrá que modificar el comportamiento del pasado, y en base al análisis logrará entender con claridad, cuál es la mejor forma de actuar para el futuro.

Además, podrá incorporar en forma gradual el análisis del entorno para la toma de decisiones, que le ayudará a medir la situación más conveniente según el caso.

Generalmente estas decisiones tienen en consideración la situación planteada, determinados criterios de análisis y un conjunto de posibles alternativas de acción entre las cuales decidir.

Sin embargo, es necesario contar con un determinado proceso que nos pueda orientar sobre como podemos tomar una decisión, para tal fin presentamos las indicaciones en 4 pasos :

PRIMER PASO	**RECONOCIMIENTO DE LA SITUACIÓN ACTUAL** Reconocemos las ventajas y desventajas que encontramos y determinamos la situación actual.
SEGUNDO PASO	**ANÁLISIS DE TENDENCIAS** Después nos informaremos si existen o no las condiciones en nuestro sector.
TERCER PASO	**ANÁLISIS DE PROBABILIDAD** Seguidamente identificamos alternativas, entre las cuales escogemos, las más apropiadas y viables.
CUARTO PASO	**TOMA DE DECISIONES** Finalmente, escogemos la alternativa más viable.

CAPÍTULO 5
GLOSARIO DE TÉRMINOS

Con este capítulo final, nos proponemos brindar una información sobre la definición de los términos más utilizados en lo referente al tema de identificación de oportunidades de negocios, a fin de facilitar la lectura del Manual.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

A

Análisis : Es el estudio de un tema, realizando observaciones y comparaciones para lograr una mayor comprensión.

Autoempleo : Referido al tipo de empleo generado por uno mismo.

Acceso tecnológico : Es la facultad de conseguir los materiales, insumos, maquinaria, instrumental, procedimientos de trabajo necesarios para realizar un proceso productivo, o prestación de servicios.

Agentes : Son las personas, instituciones u organizaciones que se encuentran relacionadas con la empresa.

Articulación productiva : Es la vinculación o enlace que se establece en un proceso de producción.

Actitudes : Referido al comportamiento de una persona ante una misma situación, generalmente es él mismo.

Aptitudes : Referido a las habilidades y destrezas que se manifiestan en la experiencia.

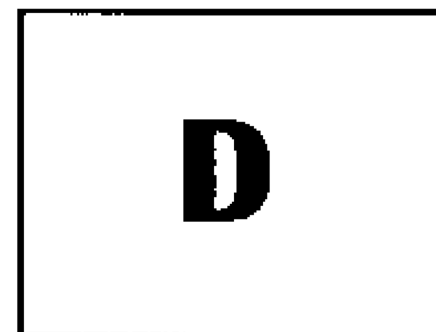
C

Contexto : Son las situaciones que rodean el quehacer del empresario, en el aspecto económico, social, político, legal, etc.

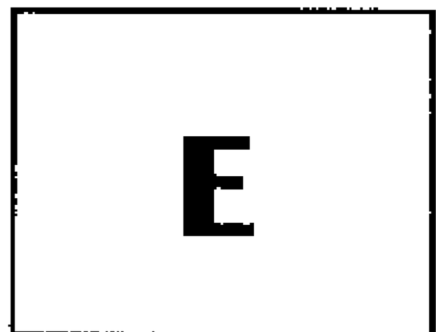
Capital : Está referido a los recursos económicos que dispone o puede acceder el empresario.

Contingencia : Son situaciones imprevistas que pueden presentarse en la vida del empresario.

Competencia : Referido a otros empresarios de la misma línea de producción o prestación de servicios, que participan en el mercado.



Demanda : Son las necesidades que tienen las personas con relación a un producto o servicio.



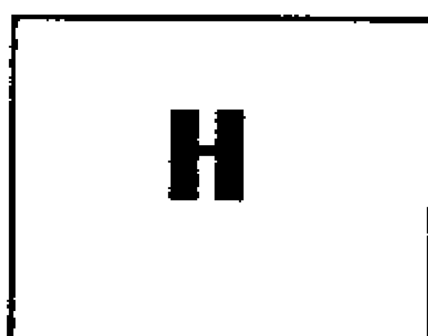
Excedentes : Está referido a lo que queda de capital, habiendo concluido un proceso de producción que ha cubierto todos los costos.

Evaluación : Es un proceso que permite una valoración de un producto, de un servicio, de un conocimiento.

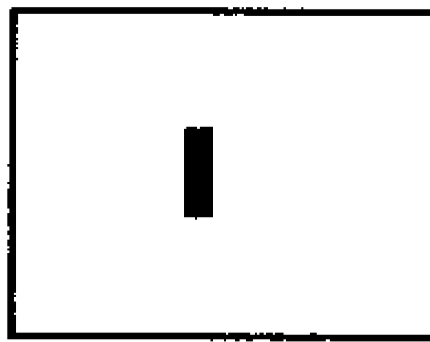
Estrategia : Son los caminos que se utilizan para alcanzar determinados fines, que ayudarán al logro de objetivos.

Entorno inmediato : Referido a las relaciones personales o institucionales que el empresario establece en forma directa y próxima.

Entorno mediato : Son las relaciones personales o institucionales que el empresario establece en forma indirecta.



Habilidades : Son los conocimientos teóricos y prácticos que domina el empresario para desarrollar su actividad económica.



Identificación : Es el reconocimiento que realiza el empresario de una determinada oportunidad, a partir de su experiencia directa o indirecta.

Influencia directa : Son todas las personas, instituciones y situaciones que intervienen en la toma de decisiones inmediatas del empresario.

Influencia indirecta : Son todas las personas, instituciones y situaciones que intervienen y que se desarrollan en el entorno del empresario.



Microempresa : Es un tipo de empresa con poco capital, y poco personal e ingreso por venta.

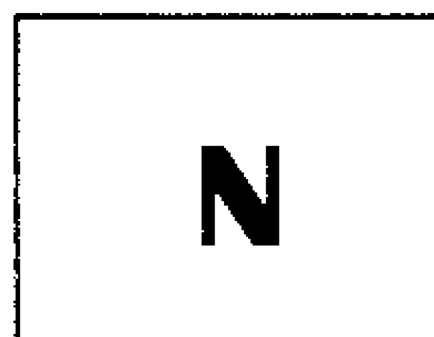
Microempresa de producción : Es un tipo de microempresa que se dedica a la producción de bienes o productos. (Carpintería, calzado, etc.)

Microempresa de servicios : Es un tipo de microempresa que se dedica a la prestación de diversos tipos de servicios. (Servicios de torno, remallado,etc.)

Microempresa de comercio : Es un tipo de microempresa, que se dedica a la comercialización de bienes o productos. (Distribuidora, tienda).

Mercado : Es el lugar donde se realiza el proceso de venta a través de vendedores que ofertan sus productos y compradores que quieren satisfacer sus necesidades.

Mapeo : Esta referido al listado de oportunidades de negocios que conocemos en forma directa o indirecta.



Negocios : Es una actividad de transacción o venta de bienes o productos, servicios.

Nivel de ingresos : Es la capacidad económica que tiene la persona o la empresa para la generación de ingresos.

Nivel tecnológico : Es el tipo de tecnología que utiliza el empresario para desarrollar el proceso de producción de bienes o de prestación de servicios.

Nivel de consumo : Es la capacidad que tienen las personas para satisfacer sus necesidades de consumo.



Priorización : Es un ordenamiento que realiza el empresario según calificación de la importancia de las cosas, sucesos, procesos, etc.

Persona natural : Las personas en mayoría de edad, con documentos de identidad.

PEA : Población económicamente activa, es decir la que está en edad de trabajar. (El censo nacional considera a partir de los 15 años)

Producción : Proceso de producción de bienes y servicios

Probabilidad : Es una posibilidad de realización de una actividad, de un hecho o suceso.

R

Rentabilidad económica : Es el rendimiento de un capital en un período determinado, generalmente se expresa en porcentaje.

Rentabilidad social : Es la relación que se establece del beneficio social que pueden obtener las personas, a través de la aplicación de medidas determinadas. (Medidas para evitar el deterioro del medio ambiente, disminuir las tasas de incidencia de enfermedades en los niños de 0 a 5 años).

Rentabilidad del negocio : Esta referido a la rentabilidad económica.

Recursos tecnológicos : Se refiere a los procedimientos, insumos, materiales, herramientas, equipos maquinarias, etc., que se requiere para producir bienes o servicios.

S

Segmento poblacional : Referido a un tipo de población, con características sociales, económicas y culturales similares.

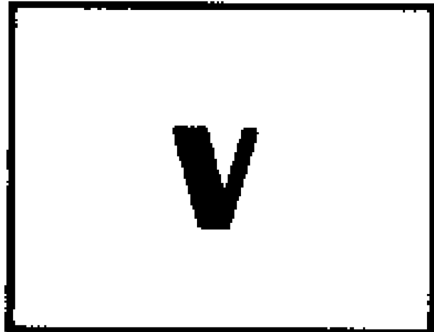
Subcontrata : Es un tipo de contrato, por el cual una empresa mayor contrata a otros en forma temporal, para que realicen un trabajo.

T

Transferidos : Son bienes o servicios que son entregados en calidad de uso.



Utilidad : Es la ganancia que obtiene el empresario, una vez concluido el proceso de producción, cubierto los costos y pagado los servicios correspondientes.



Volumen de producción : Es la cantidad de productos o cantidad de servicios que el empresario está en capacidad de producir.

Ventajas comparativas : Está referido a las características esultantes de un producto o servicio, que muestra condiciones muy favorables en el mercado.